

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

Disertación de Grado previa a la obtención del título de:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN MEDIOS PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

Título:

Análisis comparativo de los programas de entrevistas
La Entrevista con Carlos Ochoa y Desayunos de 24 horas.
Y el ejercicio periodístico de sus entrevistadores

Valentina Rodríguez Medina

Año 2015

*A mis padres Oscar y Patricia, y mi hermano Ramiro
a mis primos Miguel y Daniela,
a mi tío Miguel,
a mi profesor León
a mi novio Diego
a mi abuela María Esther,
y a la memoria de mis recordados abuelitos Piedad y Miguel(†)*

Agradecimiento

Hoy más que nunca recuerdo las palabras de mi hermano Ramiro en mi primer día de clases “espero que no solo pases la universidad sino que la universidad pase por ti” ahora entiendo perfectamente lo que me quiso decir.

En la universidad, profesores a los que siempre recordaré como mi director León me enseñaron a aprender, me mostraron que hay muchas cosas para conocer a través de la lectura y que este es un mundo tan grande que siempre habrá algo nuevo para leer.

En este lugar descubrí autores que marcaron mi vida como Nietzsche, Beauvoir, Cortazar, Borges Unamuno Baudelaire, Bourdieu y muchos otros. Gracias a los libros comprendí que el reducido mundo con el que había llegado a mis 17 años era solo un grano de arena en un desierto y aprendí a respetar e incluso a comulgar con muchas ideas que a esa edad me parecían incomprensibles.

Pero no solo me llevo lo académico, aquí también conocí a mi novio Diego que ha sido amigo, compañero de la universidad, confidente y apoyo en todo momento; a mi mejor amiga Andrea, con quien tengo un fuerte lazo emocional y mental; a mi compañero de vida universitaria y por suerte hoy también de trabajo Omar y a mi amigo Alejo y su siempre recordada “humildad”.

Agradezco a mis padres por haberme apoyado aun cuando pensamos totalmente diferente y por entender que es hora de abrir las alas y volar por mi cuenta. A mi tío Miguel por ser un ejemplo de ser humano; a mis primos, más bien mis hermanos, Daniela y Miguel con quienes he compartido desde mis travesuras de infancia hasta mis preocupaciones de adulto y a mis tres abuelos que han estado presentes de muchas formas durante mi vida.

En fin gracias a todos y espero encontrarme en la vida de nuevo con un profesor como León que me dio la motivación suficiente para nunca faltar a ninguna de sus clases.

ÍNDICE

Resumen	1
Introducción	2
Capítulo 1: contexto de los medios de comunicación y la política	7
1.1 La televisión pública e incautada en el Ecuador	7
1.2 Sesgo y persuasión en los medios de comunicación de acuerdo al enfoque de Miguel Roiz en su texto la sociedad persuasora.	11
1.3 Comunicación y Política	16
Capítulo 2: la Entrevista Periodística	22
2.1 Definiciones	22
2.2 La entrevista en televisión.....	23
2.3 Características de la entrevista periodística	30
2.4 Parámetros de la entrevista periodística	35
Capítulo 3: teoría de la Agenda Setting y Análisis del ejercicio periodístico de María Josefa Coronel “Los Desayunos de 24 Horas”, y Carlos Ochoa “La Entrevista”: la entrevista periodística y agenda setting	39
3.1 Teoría de la Agenda Setting	39
3.2 Análisis de Agenda Setting	45
3.3 Análisis de La Entrevista Periodística.....	52
Conclusiones	57
Recomendaciones	60
Bibliografía	62

Resumen

La presente disertación es un análisis periodístico de dos programas de entrevistas que se transmiten a escala nacional y de sus entrevistadores o conductores. Se trata de los espacios televisivos “La Entrevista” con Carlos Ochoa, que se emitía por el canal incautado por el Estado Gama TV de lunes a viernes, y “Desayunos de 24 horas” con María Josefa Coronel, que se transmite por el canal privado Teleamazonas.

El presente análisis periodístico está hecho basado en dos puntos:

El primero es la práctica del ejercicio periodístico y el manejo correcto y ético de la entrevista, en este aspecto se tomó como referencia textos de autores que definen el concepto de entrevista y establecen ciertos parámetros que los periodistas deben tener en cuenta para hacer entrevistas periodísticamente correctas y no mostrar sesgo a favor o en contra del entrevistado y sus criterios.

El segundo consiste en el análisis de la parcialización de los espacios de entrevistas y sus entrevistadores, es decir su sesgo a favor o en contra de los entrevistados y sus tendencias políticas. Para esto se utiliza la teoría de la Agenda Setting, que define la selección de la información, los temas y las fuentes. Con esta teoría se demuestra que el proceso de escoger las fuentes y los temas no es casual porque responde a los intereses políticos de los periodistas y los medios, para favorecer o perjudicar a determinadas tendencias políticas.

En la disertación, en el primer capítulo se da un contexto teórico sobre los medios incautados, públicos y privados, en el segundo capítulo se establecen los parámetros técnicos de una correcta entrevista periodística y en el tercer capítulo se define el concepto y la teoría de la agenda setting. En este mismo capítulo final se realiza el análisis de los videos de las entrevistas con los parámetros de la entrevista periodística y la teoría del sesgo de la agenda setting.

El tiempo de análisis son siete días del periodo electoral (del 4 al 12 de febrero sin contar con el fin de semana 9 y 10) con un promedio total de 25 entrevistas por programa.

Introducción

En el presente trabajo de disertación se realiza un análisis sobre el ejercicio periodístico y el sesgo político de los programas de entrevistas “La Entrevista” de Gama TV y “Desayunos de 24 horas” de Teleamazonas, así como sus entrevistadores Carlos Ochoa y María Josefa Coronel respectivamente.

El periodo de análisis de los programas de televisión comprende siete días del periodo electoral, de las elecciones presidenciales del 2013, con un promedio de tres a cuatro entrevistas por día. Se escogió para la muestra la época electoral, ya que es el momento en que se hacen entrevistas a los candidatos y los periodistas muestran su sesgo, dándole prioridad a ciertos candidatos de determinadas tendencias políticas y mostrando su simpatía o antipatía ante estas tendencias políticas.

Para analizar el ejercicio periodístico se considerará los parámetros periodísticos de una correcta entrevista, basados en textos técnicos que definen características y normas para hacer una entrevista periodística.

En cambio, para hacer el análisis del sesgo y la parcialización política de los espacios de entrevistas televisivas y sus entrevistadores se utilizará la teoría de la Agenda Setting, que establece la selección de la información, los temas y las fuentes, y cómo este escogitamiento no es casual porque responde a los intereses políticos de los periodistas y los medios, para favorecer o perjudicar a determinadas tendencias políticas.

En el primer capítulo de la disertación se establecerá el panorama y contexto de la política y los medios de comunicación en el Ecuador. Esto servirá para comenzar el análisis y ubicarse en la situación ecuatoriana que responde a los espacios de entrevistas y los entrevistadores que son el objeto de análisis del presente trabajo.

En Ecuador existe un caso particular, además de existir medios públicos hay dos canales incautados, Gama TV- objeto de análisis de esta disertación- y TC Televisión, estos medios están en manos del Estado porque fueron incautados a sus dueños por asuntos pendientes con el fisco. Aunque se debe vender estos medios, esto no ocurrió durante el periodo de análisis, por lo que en ese momento funcionaban igual que un medio público en manos del Estado.

A raíz de la evidente separación que existe entre los afines y opositores del régimen del actual presidente Rafael Correa y su modelo político, los medios se han inclinado por apoyar a uno u otro de estas dos marcadas tendencias políticas que existen en el país. Es así que los medios privados, como el caso de estudio de la disertación Teleamazonas, se han mostrado abiertamente como opositores y los medios públicos e incautados han evidenciado su sesgo a favor del régimen, todo esto a través de sus espacios informativos y de opinión.

Los grupos de poder buscan alianzas con la prensa para influir en la opinión pública y difundir su ideología, así los periodistas se encargan de transmitir información sesgada que beneficia al grupo de poder con el que tenga relación su medio, ya sea el Gobierno de turno, la oposición o en muchos casos grupos de poder económico. Es esta tendencia de afines y opositores la que marca la realidad de los medios de comunicación a escala nacional, y en particular es la realidad del caso de estudio Gama TV y Teleamazonas.

En el caso del periodista Carlos Ochoa en el programa “La Entrevista” de Gama TV mostró su sesgo a favor del régimen abiertamente alabando todas sus acciones sin restricciones y entrevistando con actitud positiva a los miembros del Gobierno mientras que para entrevistar a opositores mostraba abiertamente su posición negativa. Además, la mayoría de los entrevistados en este programa fueron a favor del régimen, solo se entrevistó a cuatro candidatos de oposición. Esta parcialización se hizo evidente cuando Ochoa antes de renunciar oficialmente al canal, recibió la propuesta y el nombramiento para ser superintendente de Comunicación del Gobierno de Rafael Correa, este hecho evidenció claramente el vínculo entre el entrevistador y el régimen.

En el caso de Teleamazonas y su espacio de entrevistas Desayunos de 24 horas, con María Josefa Coronel, el sesgo político es totalmente opuesto al de Ochoa en Gama TV. En este caso la periodista y su espacio pertenecen a un canal que antes era de propiedad de un banquero y empresario, Fidel Egas, con quien el presidente Rafael Correa habría tenido varias disputas por su calidad de dueño de un banco y asuntos pendientes con el Servicio de Rentas Internas (SRI). Egas se convirtió en un notable opositor de Correa, así como el mandatario se dedicó por mucho tiempo a criticar sus acciones. Entonces, el espacio de entrevistas de Coronel se enfocó en las críticas al Gobierno y en entrevistar a la oposición apoyando su postura política; mientras que en el caso de adherentes al régimen mostraba abiertamente su oposición frente a su tendencia

política. Al igual que en el caso anterior solo se entrevistó a cuatro candidatos adherentes al régimen del presidente Correa.

En el segundo capítulo de la disertación se habla sobre la entrevista en los medios de comunicación. La entrevista es considerada un género periodístico que se define como un diálogo o conversación con una persona para obtener información sobre un tema en particular. En la entrevista intervienen tres elementos: entrevistador, que es el periodista encargado de formular las preguntas; el entrevistado, es quien responde a las preguntas y es el centro de la entrevista; y el público, en el caso de televisión el televidente y es para quién va dirigida la entrevista y se lo debe considerar durante todo el diálogo.

En las entrevistas existen tres características fundamentales a considerar: la expresión oral, el mensaje oral y comunicación no verbal.

En el tercer capítulo se analiza el sesgo de los periodistas y sus espacios de entrevistas usando la teoría de la Agenda Setting, que permite adentrarse en cómo los periodistas escogen los temas a tratar, y a su vez seleccionan la información que van a mostrar sobre estos temas al público. De esta forma se evidencia como los entrevistadores escogen determinados temas e información para construir las imágenes políticas de sus entrevistados de acuerdo a los aspectos y datos que ellos muestran en sus entrevistas, esta selección puede conseguir tanto que el público vea al entrevistado con una tendencia negativa como positiva. Es bien conocido que la imagen de la realidad social y política de los ciudadanos de esta época está construida según lo que leen, escuchan o ven en los medios de comunicación, ya que las personas pueden enterarse de lo que sucede en el acontecer político y social solo a través de los medios, pues no tienen un acceso directo a los hechos ni a sus fuentes.

Los programas de entrevistas son preferidos por los candidatos, en el periodo electoral, ya que les permiten obtener votos de un buen sector de la población que no visitan en sus giras y que no conoce directamente sus propuestas, pero que ven este tipo de programas para conocer a los candidatos y definir su voto.

En el tercer capítulo también se hace el análisis de las entrevistas y la agenda setting. Durante el periodo de análisis, que son siete días del periodo electoral con un promedio de tres a cuatro

entrevistas por día, en el caso de María Josefa Coronel en su programa “Desayunos de 24 Horas”, transmitido por Teleamazonas, se puede notar que no se hizo casi ninguna entrevista a candidatos de movimientos adherentes al régimen de Rafael Correa, la mayoría de entrevistas se hicieron a candidatos de grupos de oposición. Así se pudo observar que de las 25 entrevistas que se analizaron de María Josefa Coronel en su programa “Desayunos de 24 Horas”, solo cuatro se hicieron a candidatos de grupos adherentes al régimen, ninguno de estos entrevistados es destacado por su participación política, más bien guardan un perfil bajo y pertenecen dos al movimiento Avanza, uno del Partido Socialista y uno solo de Alianza Pais, movimiento oficialista. Además de todos los candidatos a presidente el único que no fue entrevistado fue el ganador y actual presidente Rafael Correa.

En cambio, en el programa “La Entrevista” de Carlos Ochoa, transmitido por GamaTV, canal incautado por el Estado, se puede evidenciar que durante el período de análisis, que son siete días del periodo electoral con un promedio de tres a cuatro entrevistas por día, se realizaron mayoritariamente entrevistas a los candidatos adherentes al régimen de Rafael Correa mientras que se hicieron muy pocas entrevistas a candidatos de partidos de oposición.

En el programa de Carlos Ochoa, que cabe mencionar es el superintendente de Comunicación del actual Gobierno de Rafael Correa, no se realizó entrevistas a ningún candidato para presidente de otros partidos, en este programa solo se entrevistó al candidato del oficialismo Rafael Correa. En “La Entrevista” se invitó en su mayoría a candidatos para assembleístas de partidos políticos afines al gobierno como: el Partido Socialista, Avanza y Alianza Pais; mientras que casi no se entrevistó a candidatos a las dignidades de partidos de oposición. Al igual que el caso de María Josefa Coronel, Carlos Ochoa solo entrevistó a cuatro candidatos de partidos de oposición del total de las 25 entrevistas analizadas. Los entrevistados de oposición pertenecen dos al partido del PRIAN, que consiguió muy pocos puestos en la Asamblea, uno a CREO y uno al PRE, que tampoco consiguió tener un buen número de legisladores.

Como se puede observar los dos periodistas, Carlos Ochoa y María Josefa Coronel, en sus programas, “La Entrevista” y “Los Desayunos de 24 Horas”, se evidencian claramente a favor de una determinada línea política, ya que ambos prefieren entrevistar a los candidatos que son

afines a su tendencia política y excluyen casi por completo a los que se muestran opuestos a lo que piensan ellos y su medio.

Capítulo 1: Contexto de los medios de comunicación y la política

1.1 La televisión pública e incautada en el Ecuador

En el Ecuador la situación de los medios de comunicación se divide en dos posturas: los unos, por lo general privados, que están en oposición con el régimen del presidente Rafael Correa; y los otros, por lo general públicos o incautados en manos del Estado, que han mostrado su apoyo al Gobierno actual. Esta situación ha sido el escenario constante dentro de los medios locales, es por eso que esta disertación busca argumentar con hechos y teoría esta parcialización, enfocándose en los dos espacios de entrevistas y sus periodistas, quienes han evidenciado de forma más frontal y sesgada su parcialización a favor o en contra del Gobierno actual.

Según el texto “La televisión pública en América Latina” Valerio Fuenzalida, (2000: 14) se entiende por televisión pública “aquella estación que no tiene una finalidad prioritaria de lucro, sino otros objetivos”. Los medios de comunicación públicos dependen económicamente, en la mayoría de casos, del Estado, por lo que a partir de dicha dependencia se han visto ligados a los gobiernos y al poder Ejecutivo de turno.

A pesar de que los medios públicos tienen una dependencia con el Estado, de acuerdo a modelos ideales propuestos, esto no significa que el Gobierno sea el encargado de manejar al medio y de designar de manera unilateral su directiva y administradores, ya que al depender totalmente de los Gobiernos de turno, como ocurre en un gran número de casos, Valerio Fuenzalida, (2000: 15) “estos medios sufren inestabilidad por sus cambiantes administraciones de acuerdo a los intereses políticos del momento”.

Tal y como se afirma en el texto de “La televisión pública en América Latina” Valerio Fuenzalida, (2000: 29) en esta región (América Latina) los medios de comunicación públicos tienen asignadas principalmente y de forma más brusca y evidente entre sus funciones la persuasión política ya que estos se han convertido en una plataforma para impulsar la propaganda gubernamental.

A partir de esta notoria parcialidad hacia los intereses políticos dominantes en el momento, los medios públicos han estado marcados por la falta de credibilidad por parte de los públicos, y por lo tanto por escasa audiencia.

A raíz de esta falta de aceptación los poderes políticos han hecho alianzas con medios considerados privados para difundir su ideología y ejercer persuasión en la ciudadanía, por lo que en el caso ecuatoriano podemos observar que los medios de comunicación, en específico los canales de televisión nacionales, muestran un sesgo de acuerdo a diferentes intereses de poderes políticos y económicos.

A raíz de la evidente separación entre los afines y opositores del régimen del actual presidente Rafael Correa y su modelo político, los medios se han inclinado por apoyar a una u otro de estas dos marcadas tendencias políticas que existen en el país.

Se ha vuelto notorio que los medios privados, como es el caso de Teleamazonas objeto de análisis de esta disertación, muestran una evidente oposición al Gobierno de Rafael Correa, a través de sus espacios informativos y de opinión.

En el Ecuador existen medios públicos y medios incautados, estos últimos se encuentran en manos del Estado porque fueron embargados a sus dueños debido a deudas con el Servicio de Rentas Internas (SRI), por lo que al estar manejados y administrados por el Gobierno tienen características similares a los medios públicos, este es el caso del segundo objeto de análisis de esta disertación: el canal de televisión Gama TV.

Dichos medios incautados y los públicos han evidenciado un sesgo político a favor del Gobierno de turno a través de sus espacios informativos y de opinión.

El medio incautado Gama TV pertenecía a los Hermanos Isaías (William y Roberto) reconocidos empresarios en Ecuador por ser dueños de varias empresas nacionales y sobre todo porque fueron los propietarios del banco Filanbanco que quebró durante el periodo de la crisis bancaria de 1998. En la actualidad los hermanos Isaías son prófugos de la justicia ecuatoriana por el supuesto delito de peculado.

En cambio el canal Teleamazonas pertenecía a Fidel Egas reconocido empresario ecuatoriano dueño del Banco Pichincha. Precisamente por ser dueño de esta institución financiera se ve obligado a vender el canal de su propiedad, ya que el actual Gobierno expidió una ley en la que se prohíbe a los dueños de instituciones financieras ser propietarios de medios de comunicación. Además, las discrepancias y los ataques entre el empresario Egas y el presidente Correa se

hicieron de dominio público, ambos actores políticos se expresaban en contra del otro y el actual mandatario mostró su desacuerdo y su oposición con Fidel Egas.

El libro “La televisión pública en América Latina” Valerio Fuenzalida, (2000: 59) propone un modelo ideal de televisión pública en el que se establecen los siguientes principios para que estos medios funcionen de manera adecuada: la televisión pública debe surgir de un consenso político en el que intervengan las diferentes tendencias presentes en el país, debe tener una dirección y administración independientes del Estado, electas en procesos democráticos y con representación de varios actores políticos y sociales; estos medios deben ser autónomos es decir no deben estar ligados a intereses políticos, económicos, culturales o sociales; y los trabajadores y directivos del canal deben ser profesionales responsables que serán evaluados constantemente.

Este modelo ideal no se cumple en el Ecuador para los medios en manos del Estado, tanto públicos como incautados, ya que estos sí están estrechamente ligados al poder Ejecutivo actual, sus directivos son asignados de forma unilateral por el Gobierno. Estos canales de televisión se han convertido en una plataforma de propaganda para promocionar las ideas y proyectos del Gobierno y en sus espacios informativos y de opinión, los periodistas que trabajan para el medio evidencian una postura parcializada a favor de Rafael Correa y su propuesta política.

Además, los ingresos económicos de estos medios son patrocinados por el Estado. Así, los medios públicos no tienen publicidad y se financian totalmente con el aporte del Gobierno; mientras que los medios incautados dependen económicamente de la publicidad que venden, la cual en su mayoría es propaganda del Gobierno.

Como podemos evidenciar, en el Ecuador no existe el modelo ideal de medios manejados por el Estado que sean independientes de los intereses políticos de turno, ya que son evidentemente parcializados a favor del régimen.

En el texto “Cajas mágicas” se cita la definición de Antonio Pasquali (citado en Martín Becerra (2012: 49) que propone que los medios de comunicación públicos se pueden denominar como “servicios públicos” cuando cumplen los siguientes parámetros: “no pertenecer a privados; son mayoritariamente financiados con dinero público; tiene autonomía e independencia política ante el Poder Ejecutivo y autonomía ante los poderes económicos; es un servicio no gubernamental y

desgubernamentalizado; está bajo supervisión del Poder Legislativo o de una autoridad especial supra partes”.

En el mismo texto Martín Becerra (2012: 51) señala que los medios públicos, respecto al marco político, deben mostrarse independientes e imparciales ofreciendo a las audiencias noticias fundamentadas de diversas tendencias, así como abriendo el debate que garantice la pluralidad de los criterios en sus espacios de opinión.

Los medios de comunicación públicos deben ofrecer información equilibrada y plural; sin embargo en Ecuador, así como en otros países de América Latina, esto no ocurre y la información, sobre todo la relacionada con la actualidad política, es manipulada por el Gobierno de turno.

En el caso ecuatoriano, como en otras partes de la región, esta práctica de sesgar la información a favor del Poder Ejecutivo es defendida y legitimada por el Gobierno, ya que según ellos aseguran es correcto y lógico que el Gobierno promocióne y exponga sus avances y proyectos para darlos a conocer a la ciudadanía, y la mejor plataforma para dar a conocer dichas propuestas son los medios de comunicación. Sin embargo, existe una delgada línea entre promocionar e informar a las audiencias sobre los logros o proyectos y hacer propaganda evidenciando una parcialización política en favor del Poder Ejecutivo gobernante en el momento.

Además, otra de las razones que se da en Ecuador para justificar el control de la información por parte del Estado en los medios públicos es que los canales privados muestran un sesgo político a favor de la oposición y solo difunden información contraria al Gobierno, por lo que según los adherentes al régimen los medios públicos e incautados son su plataforma para enfrentar dicha tendencia política de oposición y exponer sus proyectos.

La independencia de los medios frente a los intereses políticos y económicos es en la mayoría de los casos un modelo ideal que no se ha cumplido, sobre todo en América Latina, según el libro “Cajas mágicas” Martín Becerra (2012: 126) tal autonomía no se ha conseguido porque los dueños de los medios son los Gobiernos de turno o los grupos de poder económico, por lo que en Ecuador los medios son sesgados tanto para los grupos de poder de oposición como para el régimen actual, lo que no permite que exista un modelo ideal, plural y equilibrado.

Según el texto “Cajas mágicas” Martín Becerra (2012: 133) en países de América Latina como Venezuela, Ecuador y Bolivia los medios públicos dependen del Gobierno con el exclusivo control del Poder Ejecutivo y “son dirigidos por personas designadas directamente por el Gobierno, con ningún o escaso control de poderes o entidades distintas, por lo que estos se han convertido en medios para la comunicación del Gobierno sin limitaciones políticas. Estas fórmulas se han justificado, en ocasiones, por lo que se critican como abusos de los poderes económicos, propietarios de los medios privados, que son poderosas plataformas de oposición a esos mismos Gobiernos”.

Además, en este libro Martín Becerra (2012: 56) destaca que el control de los medios por parte del Gobierno se evidencia especialmente durante los períodos de procesos electorales, ya que las diferentes tendencias y organizaciones políticas buscan promocionarse a través de los medios de comunicación para sacar ventaja en las votaciones.

En el Ecuador esto es notorio ya que los medios se concentran en sus espacios informativos y de opinión en dar a conocer y promocionar los proyectos de acuerdo a sus intereses políticos, ya sean de oposición en los medios privados o a favor del régimen en los medios públicos e incautados.

Esto se verá evidenciado más adelante cuando se analiza la Agenda Setting de los programas de opinión de Gama TV, canal incautado, y Teleamazonas, canal privado, ya que estos entre sus entrevistados dieron prioridad a los candidatos que representaban las tendencias políticas que manejan estos medios de comunicación.

1.2. Sesgo y persuasión en los medios de comunicación de acuerdo al enfoque de Miguel Roiz en su texto la sociedad persuasora.

Los medios de comunicación evidencian una relación estrecha con los grupos de poder político y económico a través de los mensajes parcializados que estos emiten, con el propósito de favorecer los intereses de estos grupos de poder. Los medios reflejan la tendencia político que apoyan abiertamente a través del sesgo de sus mensajes y de la agenda informativa que imponen.

Los grupos de poder buscan alianzas con la prensa para entrar en la opinión pública y difundir su ideología, por lo que es notorio que los dueños de las empresas informativas adoptan una

postura política, de acuerdo a sus intereses, la cual rige los mensajes y agendas de los medios, por su parte los periodistas se encargan de transmitir información sesgada que beneficia al grupo de poder con el que tenga relación, ya sea el Gobierno de turno, la oposición o en muchos casos grupos de poder económico.

En el caso ecuatoriano y concretamente en los objetos de análisis de la disertación se evidencia una postura parcializada por parte de Carlos Ochoa de Gama TV a favor del Gobierno del presidente Rafael Correa; mientras que María Josefa Coronel de Teleamazonas muestra una inclinación a favor de los grupos de oposición al régimen, especialmente los que representan a la derecha.

En su texto la “Sociedad persuasora” Miguel Roiz, (2002: 35) asegura que “la vocación de la televisión es ejercer el máximo control informativo y cultural”, lo que muestra el interés de los medios por controlar a sus públicos mediante la información que presentan, como los mensajes, los entrevistados y la agenda noticiosa que imponen en la opinión pública.

La prensa ejerce persuasión en la sociedad manipulando la información para que esta sea sesgada para favorecer o perjudicar a determinado grupo de poder, esto lo hacen con la selección de las noticias, en la edición de los contenidos, con determinados códigos predominantes e imponiendo determinadas percepciones del tiempo, la historia y los hechos. Esto sobre todo se evidencia en los acontecimientos de actualidad y de interés nacional relacionados con temas políticos y económicos.

Miguel Roiz, (2002: 68) define a los “medios como instituciones de control cultural y político, y a los mensajes como material simbólico codificado con determinadas intenciones persuasivas y fines ideológicos”. De todos los medios es la televisión el que mayor aceptación tiene en la sociedad latinoamericana, por lo que cuentan con una mayor capacidad de control en las audiencias.

La prensa sirve como base de la opinión pública poniendo en la agenda de los medios determinados temas que consideran más importantes, y tratándolos de acuerdo a su sesgo político. Esta selección de los temas y priorización de los mismos se refleja en la forma de encaminar el tratamiento de la información, a unos tópicos se les da mayor atención y cobertura

que a otros de acuerdo al interés político del medio. Lo mismo sucede en los criterios y las diversas opiniones emitidas por los periodistas entrevistadores que inclinan el tema de acuerdo a los intereses políticos, emitiendo opiniones positivas o negativas. De esta forma es como manejan y encaminan la opinión de las audiencias.

Aunque en varias ocasiones se ha justificado la selección y tematización de la información y esto es un proceso común en el quehacer periodístico, lo que resulta reprochable es que esto no se hace de forma desinteresada o basado en los criterios de los comunicadores, sino que es seleccionado de forma premeditado con el único propósito de beneficiar a determinada tendencia que es impuesta por los dueños de los medios de comunicación, obedeciendo a sus intereses políticos y económicos.

Los medios influyen en la sociedad sesgando las noticias a través de la selección de hechos y la reinterpretación con códigos y símbolos, esta presión simbólica que se ejerce con la información incluye además del contenido noticioso, la opinión y la práctica periodística.

Ningún tipo de información y menos opinión son neutrales, ya que no exista la total objetividad en las personas; sin embargo los periodistas tienen como misión buscar un equilibrio para que la información sea lo menos sesgada posible, pero en el análisis de los contenidos de la prensa es fácil evidenciar que no existe la intención de equilibrar la información, sino que más bien hay una intención notoria de inclinar los mensajes hacia determinadas tendencias.

En el caso de los objetos de análisis de la disertación podemos comprobar con facilidad que las agendas informativas impuestas por Gama TV y Teleamazonas son opuestas y parcializadas, en el caso del primero a favor del Gobierno y el segundo en contra.

Además es notorio cómo manejan la información y los temas de acuerdo a la tendencia política que apoyan, esto se puede comprobar en los entrevistados de los programas quienes son atacados por las preguntas de los periodistas o criticados por sus opiniones en caso de que sean opuestos a la corriente que el medio apoya; mientras que si los criterios del invitado están acorde a los intereses del canal estos son defendidos y apoyados por los periodistas.

También se da prioridad a los entrevistados que sigan la línea política del medio y a los opuestos se los invita, como ya se mencionó anteriormente, para ser atacados y de esta forma profundizar

más en la persuasión a favor de determinada tendencia.

Los medios de comunicación, que son los encargados de orientar la opinión pública sobre los temas de interés y actualidad, manipulan esta información encubriéndose en aspectos periodísticos como la selección de los temas, el tipo de entrevistas y la tendencia de los entrevistados; sin embargo en otros medios, expresan abiertamente su sesgo partidista a través de sus espacios de opinión.

Según Miguel Roiz, (2002: 72) los medios manifiestan su control y manipulación de la información a través de un proceso periodístico natural que es la selección de los datos, los temas y las fuentes, haciendo que estas sean orientadas a favorecer o perjudicar a determinados grupos de poder.

Los encargados de manejar y manipular dicha selección son, por lo general, los editores quienes reciben las noticias de los periodistas y las corrigen. Ocurre que en la práctica profesional al entregar un trabajo periodístico y al pasar éste por las manos del editor es corregido en aspectos de forma y fondo a tal punto que es muy diferente o tiene otras intenciones y sesgo con relación al texto inicial.

Los editores son los encargados de manipular la información de acuerdo a intereses editoriales (políticos) o comerciales (económicos) impuestos por los dueños y directivos de los medios de comunicación.

En el caso de los objetos de análisis de la disertación es notorio que Gama TV obedece a los intereses impuestos por el Estado, ya que estos son sus administradores, y manipula su información a favor del Gobierno actual; en cambio Teleamazonas ejerce la misma manipulación pero a favor de la oposición, ya que el dueño, en el tiempo de análisis, ha tenido enfrentamientos con el presidente Rafael Correa, por lo que ha hecho que su medio se muestre abiertamente opositor a su régimen.

En el libro “La sociedad persuasora” Miguel Roiz, (2002: 128) se establece que “la práctica habitual y cotidiana del periodismo deforma sistemática y necesariamente cualquier significado objetivo, posiblemente porque se considera que la práctica sirve para preservar o incrementar intereses corporativos, como comerciales”.

A pesar de que es sabido que el ejercicio periodístico no puede ser objetivo totalmente se busca llegar a un equilibrio; sin embargo en la mayoría de casos esto no se da debido a que los medios manejan la información de los periodistas para que esta sea menos equilibrada y más sesgada para defender los intereses políticos y económicos.

La parcialización de los medios, a través de la selección de los datos, temas y fuentes es una manera de desinformar a la sociedad. Esta desinformación no solo se da cuando se omite u oculta información, sino también cuando se informa en exceso sobre un tema, y es más notorio cuando se habla mucho y con datos incorrectos.

Esta práctica es habitual cuando varios medios ponen en las agendas noticiosas un determinado tema y este es tratado de forma parcializada de acuerdo a los intereses de los grupos de poder.

En el Ecuador, los medios están divididos por los que apoyan al régimen actual y los de oposición, en este caso es evidente que se pone un mismo tema en la agenda de toda la prensa; sin embargo lo que varía claramente es la forma en que estos son tratados de acuerdo a los intereses.

Los medios a favor del Gobierno destacan toda la parte positiva descalificando y omitiendo lo negativo sobre el tema; mientras que los de oposición hacen todo lo contrario dejan a un lado los aspectos positivos, pero resaltan lo negativo. Es notorio que las dos partes sesgan su información de acuerdo a sus intereses y no muestran los hechos completos a las audiencias para que la opinión pública pueda ser equilibrada.

Se cita en el libro “La sociedad persuasora” Miguel Roiz, (2002: 137) “es indudable el papel político y su relevancia para formar líderes políticos, sindicales, y sociales. La práctica generalizada del periodismo de opinión basado en el comentario sociológico es mayoritaria y ha adquirido gran relevancia aunque es superficial y sesgada”.

En la actualidad, los espacios de opinión en los medios de comunicación tiene gran relevancia pública y se considera a los periodistas que dirigen estos espacios como imágenes tanto del medio como de su credibilidad, por lo que sus comentarios y entrevistas tendenciosas respecto a los temas de interés se han vuelto de gran relevancia para la formación de la opinión pública.

Sin embargo, en el Ecuador, la mayoría de periodistas que emiten comentarios y hacen entrevistas están parcializados a favor o en contra de determinada tendencia política por lo que manipulan la información y sesgan sus entrevistas y comentarios, no basados en un análisis profundo sobre los temas, sino más bien enfocados en un manejo superficial y seleccionando a conveniencia los datos, por lo que la mayoría de los criterios e información expuesta en los espacios de opinión a nivel nacional es muy superficial y poco profesional al ser esta parcializada hacia diferentes tendencias, dejando de lado el principio periodístico del equilibrio en la información.

1.3. Comunicación y Política

La comunicación y la política han estado ligadas desde sus inicios, ya que para realizar actividades políticas es fundamental que existan canales de comunicación con la sociedad.

El concepto general de comunicación engloba cualquier interacción o transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor, en el caso de los humanos el habla. El periodismo usa a la comunicación como medio para difundir hechos y acontecimientos, en esta disertación en particular se trata el género periodístico de la entrevista que consiste, en rasgos generales, en la conversación entre dos personas, entrevistado y entrevistador, sobre un determinado tema.

La política engloba las actividades sociales y que tienen que ver con la sociedad, la mayoría relacionadas con los poderes del Estado. En la actualidad se asocia con los cargos de Gobierno y poder.

La comunicación (periodismo) y la política están ligados porque en las entrevistas se entrevista a los actores de la política y que hacen noticia o son los protagonistas de los hechos de interés en la sociedad.

La relación entre periodistas y políticos o actores sociales es una mutua colaboración los periodistas buscan a estos personajes para hablar sobre los temas de coyuntura, y que la sociedad esté informada, y los actores sociales y políticos buscan a los medios para difundir sus criterios u opiniones y dar a conocer sus actividades e iniciativas. Esta relación no es un inconveniente lo que resulta un problema es cuando esta interacción es interesada y parcializada para favorecer a

alguna tendencia política o social y cuando va más allá del simple hecho de informar a la ciudadanía.

Las empresas informativas son todos los medios de comunicación: canales de televisión, periódicos y la radio. En el texto “Lecciones de empresa informativa” José Tallón (1992:13) define el concepto de empresa informativa como la organización o persona jurídica que se enfoca en satisfacer la necesidad de la sociedad de tener a su alcance la información sobre los hechos de interés. Los medios usan elementos técnicos y recursos humanos para la creación, edición y difusión de ideas, hechos y juicios.

Con la aparición y el creciente éxito de los medios de comunicación de masas, la relación entre la prensa y la política se hizo cada vez más estrecha y evidente, debido a que los actores políticos encontraron en la prensa y la labor periodística un nicho ideal para difundir sus mensajes e ideología.

Los medios de comunicación al ser masivos y llegar a casi toda la población se convirtieron en el principal elemento utilizado por los políticos para transmitir sus mensajes entre la sociedad. En este momento es cuando más estrecha se hace la relación entre la comunicación (prensa) y la política (actores de poder).

Un claro ejemplo de este relacionamiento lo encontramos con Hitler y Goebbels, quienes a través de la radio y otros medios manipularon la información a su favor para influenciar al pueblo alemán y sus aliados.

En la actualidad, y en el caso ecuatoriano que es el ámbito de análisis de esta disertación, también se ha hecho evidente la influencia de los actores políticos y grupos de poder en el ejercicio de la comunicación y el periodismo en los principales medios del país.

El canal privado Teleamazonas se encontraba antes en manos de Fidel Egas, reconocido banquero y empresario. Mientras que el canal incautado Gama TV es administrado por el Estado y su espacio de entrevistas estaba dirigido por Carlos Ochoa, actual superintendente de comunicación del Gobierno. Ambos medios de comunicación y sus espacios de entrevistas son un notorio ejemplo de dicha relación e influencia entre la prensa y el poder político en el Ecuador.

Al ser una era en la que los medios masivos de comunicación son el principal canal entre los políticos y la sociedad, el Gobierno ecuatoriano y la oposición han tomado la prensa nacional para que se embanderen de sus ideologías y difundan sus mensajes como propios, manipulando de esta forma la información que llega a los ecuatorianos.

El Gobierno se ha encargado de incautar canales de televisión, como Gama TV, y hacer medios públicos para que estos difundan y sobre todo defiendan su ideología, esto sin contar con la cadena sabatina emitida por el presidente donde él mismo cuenta con su propio espacio de difusión masiva de su posición política.

En el caso particular de Gama TV, el periodista Carlos Ochoa, quien antes de este Gobierno habría trabajado como reportero en otros medios privados, mostró en su espacio de entrevistas su sesgo a favor del régimen, abiertamente, alabando todas sus acciones sin restricciones y entrevistando con actitud positiva a los miembros del Gobierno; mientras que para entrevistar a opositores mostraba abiertamente su posición negativa. Esta parcialización, antes desmentida por el periodista Ochoa, se hizo evidente cuando él, antes de renunciar oficialmente al canal, recibió la propuesta y el nombramiento para ser superintendente de comunicación del Gobierno de Rafael Correa, este hecho evidenció claramente el vínculo entre el entrevistador y el régimen y demostró que las acusaciones en su contra por sus entrevistas parcializadas no se trataban de una percepción errada.

En el caso de Teleamazonas, y su espacio de entrevistas Desayunos de 24 horas, con María Josefa Coronel, abogada de profesión, el sesgo político es totalmente opuesto al de Ochoa en Gama TV. En este caso la periodista y su espacio pertenecen a un canal que antes era de propiedad de un banquero y empresario, Fidel Egas, con quien el presidente Rafael Correa habría tenido varias disputas por su calidad de dueño de un banco y asuntos con el Servicio de Rentas Internas. Egas se convirtió en un notable opositor de Correa, así como el mandatario se dedicó por mucho tiempo a criticar sus acciones. Ante esta situación, el espacio de entrevistas de este canal comenzó a mostrar una parcialización frontal a favor de los opositores del régimen y en contra de toda acción y decisión del Gobierno. Con esto María Josefa Coronel también se evidenció como un actor de oposición fundamental sin disimular sus críticas y opiniones negativas contra el mandatario y su buró político.

Así el espacio de entrevistas de Coronel se enfocó en las críticas al Gobierno y en entrevistar a la oposición apoyando su postura política; mientras que en el caso de adherentes al régimen mostraba abiertamente su oposición frente a su tendencia política. Como podemos evidenciar es exactamente el mismo sistema manejado por Gama TV y Ochoa, pero con una tendencia opuesta.

Con esta explicación es fácil ubicarse en el panorama político y periodístico nacional y se evidencia que los grupos de poder político y económico utilizan a los medios de comunicación para difundir y defender sus mensajes, haciendo que para el público sea cada vez más difícil obtener información veraz que no contengan algún tipo de sesgo, sea a favor o en contra del Gobierno. Ambos medios y sus entrevistadores incurren en las mismas fallas éticas, a pesar de que defienden posturas diferentes, esto muestra la manipulación de la información transmitida por los medios de comunicación por parte del poder político.

En el texto de Política y Comunicación Richard R. Fagen (1969: 32) se cita la teoría de Harold D. Laswell que establece el reconocido modelo de Laswell para el estudio de la comunicación, en el que propone que se deben considerar los siguientes aspectos: ¿quién dice qué? es decir cuáles son los actores que difunden los mensajes; mediante qué canal, es decir por qué medios de comunicación se difunden sus mensajes, ¿a quién?, para quién va dirigida la información que se transmite, y con qué efecto, cual es el propósito con el que se transmite dicha información o qué es lo que se quiere difundir o dar a conocer a la sociedad.

Estos elementos son fundamentales para determinar el propósito y la intención de los mensajes, así como su sesgo, ya que dependerá de quienes lo transmitan y cual sea su tendencia política para comprender tanto su veracidad como la forma en la que se deben interpretar. En el acontecer ecuatoriano actual, en concreto, se deberá definir si son opositores o adherentes al régimen de Rafael Correa para saber cuál es el propósito del actor político que difunde este mensaje y para saber qué parte del mensaje es creíble y verdad y cuál es errada y falsa.

Como podemos destacar, en el Ecuador actualmente es necesario que la población se informe desde las dos partes, adherentes y opositores, para conformar con la información obtenida de ambas partes una sola verdad, sabiendo separar correctamente qué información es real y cuál

falsa, de acuerdo a quién transmite los mensajes y a qué tendencia política pertenece dicho emisor.

No es solo el caso en Ecuador en el que la comunicación se ve tan directamente invadida por la política, esto ha ocurrido por muchos años en diferentes periodos y en varios lugares del mundo, ya que al ser la prensa la mejor estrategia de difusión masiva ha sido y seguirá siendo utilizada por años con fines de persuasión y manipulación para llegar a las audiencias y transmitir e influenciar sobre las distintas ideologías y mensajes políticos.

El modelo actual que tenemos de política, que rige a nivel mundial, como se describe en el texto de Política y Comunicación Richard R. Fagen (1969: 58) es el que se sustenta en “entradas y salidas de información, la misma que se encuentra tensionada o cargada por interacciones con su ambiente”, esto hace que las respuestas a este proceso dependan de la información que las audiencias han logrado captar. Esto se evidencia porque la opinión pública se ve directamente influenciada y es casi enteramente formada por los mensajes que la población recibe de los medios de comunicación, así como por la forma en que son transmitidos y captados por el público.

Los principales factores que intervienen en el proceso para moldear y emplear los canales de comunicación de masas son: factores económicos, socioculturales, históricos y los principales políticos. Son todos estos elementos los que se consideran para elaborar y manipular los mensajes y a los medios de comunicación que los transmiten.

Basado en todos estos factores antes mencionados y en los elementos de la manipulación de los mensajes por parte de los políticos es como se construye la opinión pública, y con ello el imaginario o la imagen que la sociedad tiene de una figura o movimiento político. Es la información como las opiniones, evaluaciones y criterios emitidos por la prensa lo que conforma en el imaginario de la población como definir la imagen de un político y su tendencia.

Por esta razón, cuando exista la diversidad del caso ecuatoriano donde se transmiten mensajes totalmente a favor y totalmente en contra se tiende también a dividir de igual forma tan claramente parcializada la posición política de la población, ya que su visión y percepción está altamente influenciada por los medios de comunicación y los mensajes que han captado de los

mismos, ya será cada persona quien decida con que tendencia se siente más conforme, siendo muy pocos quienes se ubican en una zona intermedia analizando ambas posturas como extremistas.

Capítulo 2: La entrevista periodística

2.1. Definiciones

La entrevista en los medios de comunicación se considera un género periodístico, el cual consiste en mantener un diálogo con una determinada persona para obtener información sobre un tema. Esta conversación puede darse para prensa, en este caso el periodista es quien redacta un texto periodístico con los datos obtenidos de la entrevista; para radio, en la que se reúnen el entrevistador y el invitado en una cabina para conversar; y para televisión, en la que se tiene a favor el recurso de la imagen y el periodista junto con el entrevistado mantienen un diálogo que los espectadores pueden observar a través de la cámara de video, la que muestra tanto las expresiones físicas, como el tono de voz, el ambiente y los detalles de la conversación.

Existen diversas definiciones de teóricos que coinciden en que la entrevista es un género informativo que tiene como finalidad obtener información de una persona para, posteriormente, publicarla en un medio de comunicación. La palabra clave para establecer la definición de entrevista es conversación, entre todos los conceptos que se puede encontrar sobre esta herramienta periodística, siempre está presente esta palabra.

La entrevista periodística es un diálogo con características técnicas especiales, que se encarga de exponer los criterios e información de actualidad, obtenidos de las respuestas del entrevistado a las preguntas realizadas por el periodista sobre determinado tema. Esta conversación puede tener varios objetivos como develar a la audiencia los conocimientos, opiniones o personalidad del entrevistado, esto se definirá de acuerdo al tipo de entrevista y según el tema de la misma y lo que el periodista busque comunicar a su público. La característica principal de la entrevista es la relación dialéctica que se forma entre entrevistado y entrevistador que genera respuestas y preguntas sobre un determinado tema; sin embargo se debe considerar que aunque esto pueda parecer una conversación cotidiana, esta tiene características especiales para que encaje dentro del ámbito periodístico, uno de las condiciones de estos diálogos es que el entrevistador es quien formula las preguntas y quien responde es el invitado, por lo que el fin es que sea el periodista quien maneje esta conversación de acuerdo a lo que él quiera mostrar a su audiencia.

Según el texto “Manual de la Entrevista Periodística” Juan Cantavella (1996: 27), el éxito de una buena entrevista es que el público perciba que el entrevistado está teniendo una conversación directa con cada espectador, oyente o lector- de acuerdo al medio. Esto se debe, fundamentalmente, a que el entrevistado, por lo general, es alguien que conoce del tema, por lo que tiene cierta autoridad y credibilidad con la audiencia, por lo que sus afirmaciones y opiniones tienen un peso mayor que las del periodista, quien no es experto en el tema y debe servir como canal para conectar al público con el tema y con el entrevistado. Es por esto que se considera que el entrevistador debe formular sus preguntas siempre pensando en lo que la audiencia desea conocer.

La conversación en la entrevista periodística, aunque es manejada por el entrevistador, debe llevarse en un ambiente de respeto y cordialidad sin ser ofensiva, a pesar de que las partes no concuerden en las opiniones, ya que según apunta Castelli (citado en Juan Cantavella (1996:109) dicho diálogo “debe fluir en una situación de mutua simpatía o al menos de cordial respeto”. En el texto “Manual de la Entrevista Periodística” Juan Cantavella (1996: 118) se señala que la fluidez es una característica fundamental para que en el diálogo no exista un constante salto forzado de un tema a otro y que este no parezca un interrogatorio. Para esto el entrevistador debe tener la habilidad para enlazar las diferentes preguntas y respuestas del invitado, para que exista una secuencia que se desarrolla a lo largo de la entrevista, y que de la impresión de ser una conversación cotidiana entre dos personas y para que no parezca que el entrevistado está respondiendo un cuestionario sobre un tema.

2.2. La entrevista en televisión

Las entrevistas de televisión, a diferencia de lo que ocurre con la prensa escrita y la radio, nos permiten conocer cómo el entrevistado dice las cosas, cuáles son sus expresiones, cómo se viste, entre otros aspectos que solo se pueden saber a través de las imágenes.

A pesar de que en las fotografías se puede ver al personaje, estas sólo capturan un momento determinado y estático; mientras que con una cámara de video se pueden captar todos los gestos y movimientos del personaje, lo que permite a los espectadores determinar la personalidad, la fuerza comunicativa y las reacciones del entrevistado durante la entrevista.

La televisión da a conocer un aspecto global de los entrevistados que muestra el ámbito de la comunicación verbal y no verbal, lo que permite saber no solo qué cosas dice el personaje, sino cómo las dice con qué intención, de qué manera.

En el mensaje no sólo importa conocer el fondo, sino también la forma en que se transmite el contenido de dicho mensaje. Al poder conocer la expresión no verbal de los personajes se corre el riesgo de que la imagen del invitado distraiga a los espectadores de lo que está diciendo.

La entrevista televisada tiene como reto conseguir que el entrevistado se muestra como es, sin que actúe demasiado o se muestre artificial por la presión que ejercen las cámaras y el ambiente técnico que existe en los estudios donde se desarrollan las entrevistas.

El entrevistador debe colaborar con el personaje para que este se olvide de la mediación técnica que existe en el lugar; como cámaras, cables, luces, entre otras cosas; y entregue respuestas fluidas y naturales, de esta forma se concentrará en el diálogo de la entrevista y no en el ambiente del estudio de televisión.

La ventaja que brinda la televisión es que nos permite conocer la personalidad y las reacciones del invitado, lo que ayuda a discernir de mejor manera el contenido del mensaje que se va a transmitir, por ejemplo se puede saber si el personaje se siente presionado nervioso o está mintiendo, a través de sus expresiones no verbales, esto no se puede saber si es que solamente escuchamos su voz o leemos una entrevista redactada por un periodista.

Además, a través de las imágenes podemos analizar no solo al entrevistado, sino también al entrevistador que es una pieza clave en este proceso, ya que este puede ejercer presión en contra del invitado o puede mostrar demasiada empatía con un personaje.

Algunos periodistas descalifican a los entrevistados o emiten demasiadas opiniones, a favor o en contra, lo que no es bien visto, ya que contraviene los principios de equilibrio y objetividad planteados en la ética periodística.

La televisión nos permite determinar la actitud y expresiones verbales y no verbales del entrevistador, tanto como las del entrevistado, y de esta forma podemos determinar la actitud del

periodista, su manejo de la entrevista, y si tiene o no un sesgo por determinado tema o personaje.

La entrevista televisiva Armand Balsebre, Manuel Mateu y David Vidal (1998: 151) no se considera, únicamente, “un género informativo, sino también comunicativo”, esto debido a que la entrevista en televisión tiene una mayor fuerza comunicativa que otros medios de comunicación, gracias a que a través de las imágenes podemos conocer mejor al personaje y sus reacciones.

La entrevista de televisión cuando se enfoca en el género informativo tiene como objetivo exponer y conocer datos, opiniones y criterios respecto a un tema de actualidad o sobre un personaje que se ha convertido en noticia.

En resumen, el diálogo en este medio de comunicación busca dar a conocer nuevos detalles o aspectos, sobre el tema de actualidad, que puedan aportar los entrevistados.

La entrevista como género informativo permite a los periodistas el acceso directo a las fuentes de información y complementa los datos mediante las respuestas de los entrevistados. El secreto para obtener la información precisa y necesaria para informar a los ciudadanos sobre los diferentes temas de actualidad es dominar las técnicas de interrogación y los recursos expresivos frente a la cámara, tanto para que el entrevistador no muestre sus opiniones a través de su comunicación no verbal, como para descifrar los gestos del entrevistado y continuar haciendo preguntas.

La entrevista es definida como un diálogo cara a cara entre dos personas, en el que el elemento principal es la expresión oral, sin embargo, cuando se trata de la televisión, la palabra es complementada por otras formas expresivas de comunicación no verbal que contribuyen a dar mayor significado al diálogo.

Además, en este medio de comunicación se debe considerar como un detalle clave para desarrollar la entrevista, que no se trata de un diálogo exclusivamente entre dos personas, personaje y periodista, pues participan tres personas: el entrevistado, el entrevistador y el telespectador; este último debe ser considerado durante todo el diálogo, ya que es hacia él que va dirigida la información, por lo que los entrevistadores deben siempre pensar qué es lo que el televidente está interesado en conocer, qué es lo que este preguntaría y qué información es útil.

Muchos conductores de programas de entrevistas cometen el error de ignorar al televidente y hacen las interrogantes de acuerdo a lo que ellos conocen y a ellos les gustaría saber; sin embargo, se debe tomar en consideración que el telespectador no conoce tanto sobre el tema como el entrevistador y sus intereses son diferentes.

En la televisión, las entrevistas se desarrollan en estudios destinados para este objetivo que tienen un ambiente técnico, el cual incluye operadores de los distintos artefactos; como cámaras, luces, escenografía, maquillaje, entre otros elementos.

Por su parte, el entrevistador está familiarizado y acostumbrado a trabajar sin nervios y presión en este lugar, pero el entrevistado, aunque no sea su primera entrevista, siempre se va a sentir nervioso por el entorno que lo rodea y se le hará más difícil enfocarse en la entrevista.

El diálogo en las entrevistas debe ser lo más espontáneo y fluido posible, aunque el ambiente técnico cause tensión en el personaje. También otro aspecto que rompe con la fluidez de la conversación es que está es manejada por el entrevistador, es decir él hace las preguntas y el entrevistado responde, en este caso no existe una comunicación bidireccional como en una conversación cotidiana.

Cada uno de los participantes asumen un papel importante para definir a la audiencia quién es quién, ya que no es lo más propicio que estos papeles se intercalen o se inviertan y el personaje termine entrevistando al periodista, pues aunque el diálogo debe ser lo más natural posible no se debe olvidar que se trata de una entrevista periodística profesional, por lo que no se puede confundir a las audiencias intercambiando los roles de los participantes.

Además, se debe tener siempre presente que los telespectadores están interesados en conocer la información que da el entrevistado sobre el tema, más no los criterios u opiniones de los entrevistadores.

En el texto *La entrevista en prensa radio y televisión* Armand Balsebre, Manuel Mateu y David Vidal (1998: 157) se define a la entrevista como “aprender y enriquecerse, culturalmente hablando; conocer cosas que no se sabían y llegar a dominar el arte de la conversación y la oratoria”.

Este concepto presentado en el texto, define bien los objetivos principales de la entrevista, pues se debe considerar que el entrevistador debe buscar que el entrevistado aporte con nueva información acerca del tema a tratar y se debe evitar que el personaje redunde en lo que ya se ha dicho anteriormente en otros medios o en noticias.

Además, la información que el entrevistado entregue debe ser de interés público para que los telespectadores se sientan interesados en el diálogo.

Para conseguir todo esto, el entrevistador debe manejar el arte de la oratoria, con el fin de evitar que el personaje se sienta tensionado o presionado y no dé la información requerida o que se convierta en un diálogo demasiado personal y que cause poco interés en los televidentes.

La entrevista como un programa de televisión ha llamado la atención de los televidentes en los últimos años, ya que es una forma de conocer y hasta interactuar con los personajes que forman parte de la palestra pública y conocer más información, directamente desde las fuentes, sobre los temas de actualidad.

En estos programas, aunque los entrevistados se repiten constantemente lo importante es que estos sean presentados cuando exista un tema noticioso y que los entrevistados tengan coincidencia con este tópico, hablando periodísticamente.

Muchos consideran que los programas de entrevistas son tan populares en televisión, tanto que todos los canales tiene por lo menos uno, debido a sus bajos costos y la sencillez requerida para su producción. Se afirma que para desarrollar un buen programa de entrevistas, que sea entretenido y de interés, lo único que se requiere es un buen conversador, que en este caso sería el entrevistador, y un entrevistado que tenga cosas que explicar y nueva información que proporcionar a los telespectadores. Sin embargo, es importante que el entrevistador no solo sea un buen conversador, ya que debe conocer e investigar a fondo el tema y el personaje, así como sus gestos y reacciones para conseguir que el entrevistado proporcione los datos que son de interés para el público.

Además, el conductor del programa no puede emitir sus opiniones ni buscar ser el centro de atención de la entrevista, por lo que debe conocer bien su papel y las técnicas de oratoria para evitar mostrar a través de sus expresiones verbales y no verbales su criterio respecto a los temas

a tratar o los personajes invitados.

En las entrevistas televisivas no se trata, únicamente, de mantener un diálogo agradable y fluido del que se puedan extraer los momentos más interesantes, como el caso de la prensa escrita en la que el periodista redacta la entrevista y tiene la potestad de quitar los momentos poco importantes o llamativos.

En la televisión, el entrevistador debe buscar que el diálogo sea constante, es decir que siempre debe tratar temas de interés para el público, también este debe ser fluido, ya que en este caso los televidentes pueden ver en vivo la entrevista y no hay la oportunidad de evitar los momentos poco interesantes de la conversación.

El entrevistador debe procurar mantener durante toda la entrevista el interés, además de tener en cuenta que en este medio de comunicación el tiempo es más limitado y no se pueden extender más de lo que dure el programa, que para varios temas resulta corto e insuficiente para conocer los detalles que interesan a los telespectadores.

Otro de los aspectos que se debe considerar en la televisión es que, al ser las entrevistas en vivo, estas deben ser diálogos fluidos, densos, ágiles e interesantes, por lo que no se admiten errores o fallos, ya que todo esto lo percibirá el televidente. Los entrevistadores deben evitar corregir las preguntas, ya que esto les resta credibilidad, si es necesario una aclaración es más aceptable hacer una repregunta.

Además, se debe evitar los comentarios durante la entrevista, debido a que esto evidenciaría el criterio del comunicador y le quitaría profesionalismo, así como credibilidad por parte de las personas del público que no estén de acuerdo con su postura. Es fundamental recordar que los telespectadores buscan conocer información y opiniones del entrevistado, por lo que el entrevistador debe ser solo un puente entre los televidentes y el personaje, por eso no debe tratar de ser el centro de atención y debe evitar cualquier criterio sobre el tema.

Según el texto “Manual de la entrevista Periodística” Juan Cantavella (1996: 98) “la entrevista escrita de prensa es una descripción del tema o personaje a tratar; mientras que la entrevista hablada, como en radio y televisión, es una relación entre el público, entrevistador y el entrevistado”. Esto refuerza lo dicho anteriormente acerca de que en las entrevistas de prensa el

periodista tiene la responsabilidad de redactar la entrevista, por lo que puede destacar las partes más interesantes, además de que no existe la presión del tiempo, ya que el entrevistador redactará el diálogo después de la cita con el entrevistador.

En cambio en televisión y radio el tiempo es un factor que siempre se debe considerar, ya que por muy interesante que resulte el tema y el personaje, esta conversación no se puede extender más allá de la hora establecida para el espacio de entrevistas. Además, como ya se mencionó al ser en vivo no se puede fallar y se debe procurar mantener a los televidentes y oyentes interesados.

En muchos casos, los entrevistadores de televisión se convierte en figuras públicas, por lo que son más reconocidos que sus propios invitados, y el público, al verlos todos los días, les dota de credibilidad y los convierte en personajes. Es por esto que en algunos casos los conductores de programas de entrevistas suelen buscar destacarse más que los entrevistados y se vuelven ellos los personajes y no el invitado.

Algunos televidentes ven los programas de entrevistas por el conductor y no por los temas a tratar o los entrevistados, es así que al volverse figuras públicas emiten sus criterios para, hasta cierto punto, convencer a su audiencia, entonces caen en el error de perder el equilibrio en la información, ya que se muestran parcializados hacia determinadas tendencias, sobre todo esto ocurre cuando se trata de política.

Es aconsejable que el entrevistador escuche las respuestas del personaje y basado en esto formule las preguntas que el público quisiera saber.

En la mayoría de casos los entrevistadores investigan al tema y al personaje a profundidad antes de hacer las entrevistas, por lo que tiene información que no conocen los televidentes. En este caso, el periodista debe conseguir que el entrevistado diga lo que al público le interesa saber, a pesar de que el entrevistador ya tenga conocimiento sobre eso, es mejor que sea el personaje, como voz oficial, quien lo diga y no el entrevistador, ya que no es aconsejable que el entrevistador demuestre saber más del tema que el propio entrevistado.

2.3. Características de la entrevista periodística

La entrevista debe ser un diálogo distendido, por lo que se aconseja que el entrevistador tenga un cuidado al manejar sus expresiones y sus movimientos, con el fin de propiciar un ambiente cómodo para que el entrevistado se sienta en confianza y la conversación pueda fluir de mejor forma.

Es aconsejable que el entrevistador no se sitúe frente al personaje, ya que así el entrevistado está obligado a mantener la mirada en el periodista y esto causa un ambiente de presión, es preferible ubicarse diagonal o junto al personaje para que este tenga libertad de visión.

Para comenzar una entrevista es aconsejable que se inicie con una frase de aproximación entre las dos partes, en la que el entrevistador debe presentarse y procurar cordialidad y confianza frente al entrevistado para que el diálogo no inicie bruscamente.

Es pertinente que el periodista, en los primeros momentos, se gane la confianza del personaje, por lo que se aconseja que se dé una conversación sobre un tema de poco conflicto y general antes de iniciar, de preferencia sobre temas poco trascendentes que no generen tensión o discrepancias.

De esta forma se logra evitar que la entrevista inicie bruscamente, con demasiada formalidad y casi de inmediato, esto no permite entrar en confianza y el diálogo se volverá poco fluido y de tensión para ambas partes.

Además, se debe procurar tanto la formalidad en el trato con el entrevistado como en el vestuario del entrevistador, aunque el objetivo es que sea un diálogo distendido entre las partes, el vestuario formal sin excesos ni demasiado llamativo también muestra al personaje que se guarda respeto y seriedad frente a la entrevista que se va a realizar.

El entrevistador debe explicar al entrevistado los objetivos del diálogo, es decir que busca con la entrevista, para qué y por qué le entrevistamos; con esto el personaje entra en el tema y comprende mejor cómo llevar la entrevista. El periodista puede explicar todo esto de forma sencilla contándole al entrevistado cómo se utilizará la información que se obtenga de él sobre el tema y cómo pensamos orientar la conversación.

Cuando el entrevistado se podría cerrar al conocer las intenciones del entrevistador es conveniente no mostrar los intereses que se tiene acerca de la entrevista.

Recursos expresivos en la entrevista

Entre los principales tipos de recursos expresivos que podemos destacar en las entrevistas, sobre todo cuando se trata de televisión cuando a través de las imágenes podemos conocer todos los gestos y movimientos del entrevistador y entrevistado están: mensaje oral, expresión oral y comunicación no verbal, Armand Balsebre, Manuel Mateu y David Vidal (1998: 160)

a. Mensaje oral

Este recurso es el mensaje en sí de la entrevista que tanto entrevistado como entrevistador forman. Para que el mensaje se transmita correctamente es importante considerar parámetros como: saber preguntar, saber escuchar las respuestas, controlar la entrevista para que el personaje no se desvíe del tema, no incluir en las preguntas ninguna afirmación o respuesta, ser claro, conciso y concreto, seguir las normas de cortesía.

b. Expresión oral

En este aspecto se considera la forma como se transmiten los mensajes, es decir como el entrevistado y el entrevistador dicen las cosas para el público y entre ellos. Para que la forma de transmitir los mensajes sea correcta, es importante considerar los siguientes aspectos: debe evitarse la sobreactuación, sobre todo para el entrevistador; saber usar en el momento oportuno y el tiempo adecuado los silencios en la conversación, controlar de acuerdo a las circunstancias los tonos de voz, sin que estos sean exagerados y alarmantes para evitar predisponer negativamente la actitud del entrevistado; la entonación en frases y palabras debe ser utilizada correctamente para explicar mejor lo que se quiere decir y no transmitir un mensaje erróneo con exabruptos en la voz o en las palabras. En general es aconsejable no sobreutilizar los recursos dramáticos para evitar el mensaje equivocado.

c. Comunicación no verbal

La parte fundamental de las entrevistas, sobre todo televisadas donde se puede observar directamente al entrevistado y entrevistador, es la comunicación no verbal que engloban todos

los gestos y movimientos de quienes intervienen en la entrevista. Este aspecto es tan importante porque con el mínimo gesto o movimiento, aunque no existan palabras de por medio, se puede comunicar mucho, desde actitudes positivas y afirmaciones, hasta negativas y desprecios; por esta razón es importante controlar la comunicación no verbal para evitar emitir opiniones con nuestros gestos o alarmar y evitar la mala disposición de los entrevistados y el público.

Para manejar correctamente la comunicación no verbal se debe considerar lo siguiente: dar a entender al entrevistado que se está escuchando y captando su mensaje, tratar de no pasar inadvertido inmóvil ante las declaraciones del invitado, sin que esto implique una sobreactuación o una excesiva aprobación o rechazo frente al entrevistado y sus respuestas; y controlar con la mirada hacia donde dirige la vista el entrevistado para que tenga mayor contacto con el televidente.

En el caso de la entrevista en televisión existen características particulares para este medio de comunicación. En este caso las entrevistas suelen ser en vivo, por lo que se deben evitar todo tipo de errores o correcciones de las preguntas o comentarios del entrevistador, con el fin de que el telespectador sienta que es un diálogo fluido, denso, ágil e interesante.

Además, el entrevistador debe procurar mantener interesado al público durante toda la entrevista, para esto debe procurar no desviarse del tema y debe considerar que sus preguntas deben ir acorde a lo que el público quiere saber sobre el tema a tratar y el personaje.

En las entrevistas escritas el periodista puede tomarse su tiempo y salirse del tema sin que esto se publique o sea percibido por el lector; sin embargo, en televisión el periodista no puede hacer esto, ya que el tiempo es limitado y el televidente perdería interés en la entrevista.

Es por esto que el papel fundamental que debe llevar el periodista en las entrevistas de televisión es ser un canal entre el público y la audiencia, esto lo conseguirá seleccionando la información que quiere que llegue al televidente, sobre todo guiándose por lo que considera que le será útil e interesante.

En las entrevistas escritas el entrevistador selecciona la información para publicar posterior a la entrevista, por lo que tiene más tiempo y menos presión para preguntar lo justo sin cometer errores.

En televisión y también en la radio, los programas de entrevistas tienen más de dos invitados por hora, por eso el tiempo es corto, y el periodista debe hacer una concienzuda investigación previa para preparar las preguntas antes del encuentro, aunque las repreguntas son muy aconsejables para aclarar las respuestas del entrevistado.

El entrevistador no puede acudir a la cita sin tener un listado de temas y preguntas por donde se va a orientar la entrevista, y sobre todo este debe estar preparado de acuerdo a las expectativas del público y para mantener su interés, ya que al ser este en vivo no se puede editar y el televidente u oyente escuchará todo el diálogo, y el objetivo es que este no se distraiga y permanezca interesado durante toda la conversación. En este caso el entrevistador debe encaminar al personaje para que dé las respuestas que contengan la información justa y necesaria para que el público esté satisfecho con la intervención y aclare sus dudas.

Tubau (citado en Juan Cantavella (1996: 113), un estudioso de la comunicación, considera que el periodista debe tener siempre presente durante todo tipo de entrevistas los principios básicos de esta, que son:

- El protagonista de la entrevista siempre debe ser el entrevistado nunca el entrevistador, como es frecuente observar en varios medios de comunicación. El periodista busca mayor protagonismo y esto contraviene un principio fundamental, ya que lo que le interesa al espectador es saber la información que le pueda dar el entrevistado, pues por lo general son una voz de autoridad sobre el tema; mientras que el periodista, aunque conozca sobre el tema, no puede validar la información porque no se considera una voz oficial.
- Aunque de ninguna forma debe buscar protagonismo, el entrevistador es quien debe manejar la entrevista para que ésta sea fluida y vaya acorde a los intereses del público. Como ya se había mencionado anteriormente, el periodista debe actuar como puente entre espectador y personaje y debe procurar ser la voz de los televidentes. Si el entrevistador manejaría la entrevista, probablemente, encaminaría la conversación de acuerdo a sus intereses y no existiría información equilibrada, además en los temas polémicos no se podría llegar a desentrañar verdades ocultas.

El periodista, al ver que la conversación se le está saliendo de su control, debe

encauzarla nuevamente en su control para que no se desvíe, y debe procurar hacerlo sin causar fricciones con el entrevistado, para que este no se siente incómodo o se ponga a la defensiva y dé la información completa.

Uno de los retos del entrevistador, en televisión, es que el entrevistado se sienta cómodo en el lugar, a pesar del ambiente técnico que existe en el set por los equipos y el personal; sin embargo, esto se puede conseguir procurando una conversación, por lo menos media hora antes con el personaje, para que este conozca al periodista y el diálogo sea más fluido.

Es importante resaltar que la entrevista en televisión es un diálogo fluido entre 3 personas: entrevistado, entrevistador y el televidente, por lo que se debe procurar siempre tener en cuenta a estas tres partes sin dejar de lado a ninguna. Sólo considerando estos tres factores se puede llegar a tener una buena entrevista.

A pesar de que el ambiente técnico, que ya se mencionó anteriormente, dificulta conectar de forma fluida la entrevista y a la partes que intervienen en la misma (entrevistador, entrevistado y televidente), es misión del periodista servir como un canal eficiente y hacer que la entrevista sea lo más ágil, interesante y fluida posible.

El principal objetivo de toda entrevista es dar a conocer lo que no se sabe, por lo que el entrevistador debe dominar el arte de la conversación y la oratoria para conseguir esto. Las entrevistas permiten al público y al periodista tener un amplio y directo acceso a las fuentes de información, por lo que el entrevistador debe dominar el oficio de la interrogación y la expresión para aprovechar cada oportunidad que se presente para obtener la información útil y necesaria del entrevistado, así la entrevista se considerará buena a ojos del televidente.

Siempre se debe tener en cuenta que el entrevistado debe ser elegido de forma correcta, ya que debe saber sobre el tema o ser una voz oficial para que confirme o tenga información nueva que aportar.

Además, es importante conocer la personalidad del entrevistado para que esta no se salga de las manos del periodista y se pueda manejar bien el diálogo, ya que podría ser demasiado callado y sería difícil obtener la información deseada o demasiado conversador y puede desviarse del tema con facilidad, en ambos casos se dificultaría el trabajo del periodista, por lo que debe conocer e

investigar al invitado antes para saber cómo actuar y cómo conseguir los objetivos de la entrevista con mayor fluidez.

2.4. Parámetros de la entrevista periodística

Las entrevistas deben cumplir ciertos parámetros para que sean consideradas correctas, esto basado en aspectos sobre teoría de las entrevistas y detalles técnicos. Para esto, es conveniente dividir los parámetros de acuerdo a la actitud del entrevistador, la forma cómo hacer la entrevista y las preguntas que se formulan durante el diálogo.

a. Entrevistador

El entrevistador debe tomar una **actitud profesional** para llevar a cabo las entrevistas, ya que es el encargado de obtener información del entrevistado que deberá ser transmitida de forma comprensible para el telespectador. El **periodista cuando está en una entrevista cumple la función de puente entre el personaje y el público**, por lo que siempre debe considerar qué es lo que busca el televidente de dicha entrevista.

El entrevistador debe procurar que exista un **clima de confianza y cordialidad con el entrevistado** para conseguir que el diálogo sea fluido y las respuestas no salgan forzadas, para esto debe mantener una actitud positiva que evite que el invitado sienta tensión, más de la que ya puede percibir por el ambiente técnico de los estudios de televisión, solo de esta manera conseguirá que el entrevistado dé las respuestas con facilidad, y así es más sencillo obtener información nueva y de interés del público.

En muchas ocasiones los periodistas entrevistadores, al ser figuras de televisión que son vistos a diario por los telespectadores, se vuelven más reconocidos que los propios entrevistados, por lo que es común observar que se vuelven el centro de atención de las entrevistas. Sin embargo, esto es contraproducente, ya que **el objetivo es obtener información del personaje y que este sea el protagonista del diálogo. El periodista debe tener siempre en cuenta que no puede opacar al invitado ni mostrar saber más**, aunque así sea, sobre el tema de la entrevista. La audiencia debe obtener la información de una fuente oficial, que son los entrevistados, es por eso que aunque el entrevistador haya investigado previamente y sepa lo que va a decir el

entrevistado, este debe buscar que sea el personaje quien valide y confirme la información. Esto es su función principal ser un puente entre telespectadores y entrevistado.

El entrevistador debe documentarse bien sobre el tema, previo a la entrevista, ya que debe ser este quien **controle la dirección de la entrevista y quien haga preguntas** basado en su investigación. Es importante destacar que en la documentación se encontrarán datos nuevos para el público o en algunos casos pruebas o evidencias de determinados hechos, pero es importante que el periodista no muestre saber sobre esto, **es mejor que con sus preguntas haga que el entrevistado dé esta información a la audiencia.**

Además, **es fundamental que el entrevistador maneje correctamente sus reacciones, procurando tener una economía de gestos** para evitar que el entrevistado se sienta incómodo. En algunas ocasiones los invitados dan declaraciones novedosas y llamativas, es fundamental **que no se muestre sorpresa** para que el personaje se sienta en confianza y continúe dando más información que pueda resultar de interés.

El periodista no debe tomar por sorpresa al entrevistado cuando se trata de preguntas comprometedoras, ya que el personaje se pondrá nervioso y no responderá las inquietudes o se pondrá a la defensiva y no se obtendrá la información requerida. En caso de querer obtener información delicada lo aconsejable es **ser respetuoso y amable, a pesar de que no se esté a favor de su tendencia política** o no esté de acuerdo con lo que dice. Además, **no hay que aprovecharse de los exabruptos de los entrevistados para tener información polémica,** ya que en muchos casos esto solo trae calificativos negativos contra otra persona o información poco veraz que no es útil para la audiencia.

También, se debe considerar que **no hay que interrumpir a los entrevistados en medio de una respuesta para acotar información,** ya que se cortan las ideas bruscamente y se puede perder información, para repreguntar o aclarar algo se puede esperar a que el personaje termine de hablar. Si se considera que se está saliendo del tema o no hay tiempo se debe ser amable para cortar con las declaraciones del invitado, así no se perderá el clima de confianza necesario para desarrollar la conversación y obtener información.

El entrevistador debe ser seguro, claro, oportuno, respetuoso y documentado.

¿Cómo hacer la entrevista?

El diálogo que se debe manejar para las entrevistas periodísticas debe ser fluido y claro para que los televidentes puedan captar y obtener información de su interés, por lo que se debe procurar que **no queden preguntas sin responder** y que en caso de ser necesario existen **repreguntas para aclarar ciertas respuestas** del entrevistado.

La entrevista no debe parecer un interrogatorio donde solo se formulan inquietudes y se dan cambios bruscos de tema y de pregunta a pregunta. Debe ser **manejado como una conversación normal**, aunque esta sea manejada por el periodista ese control debe ser sutil y no debe ser una imposición. Además, **no es recomendable que se acuse al entrevistado o que el entrevistador evidencie su posición frente al tema**, ya que si estos no están de acuerdo se generará un clima de tensión que no permitirá llevar a cabo de forma correcta el diálogo.

Es un error común que el entrevistador imponga y refleje su posición en las entrevistas y esto hace que se pierda la conversación fluida, además, de **que se hacen preguntas y comentarios sesgados** lo que hace que los criterios de los televidentes sean manipulados al igual que las respuestas del entrevistado, que en este caso no tendría la oportunidad de expresar abiertamente su postura.

Se debe saber previamente cómo se encaminará el tema para evitar improvisaciones de última hora, aunque esto no quiere decir que no haya espacio para desviarse del cuestionario, que no es aconsejable, para dar paso a otros aspectos que generen interés, así como aclaratorias y repreguntas. **Tampoco se debe manipular las entrevistas en favor o en contra de determinada tendencia o sesgo**, ya que esto faltaría a la ética por no presentar la información equilibrada y porque se puede manipular la opinión pública.

Ante todo la cordialidad y el respeto, así como evitar los comentarios y preguntas sesgadas son los principales elementos para conseguir una entrevista equilibrada, mediante la cual las personas puedan formar libremente, sin manipulaciones por parte de los periodistas, su criterio sobre determinado tema o entrevistado.

Preguntas

El elemento principal en las entrevistas periodísticas son las preguntas y repreguntas planteadas por los entrevistadores, estas encaminan el diálogo y define las respuestas y la información que darán los entrevistados. La forma de preguntar y su contenido determinan las reacciones del entrevistado y sus respuestas por lo que se debe tener especial atención en este aspecto del diálogo.

Lo principal que se debe tomar en cuenta es que **se debe preguntar lo que el telespectador quiere saber, sin que esto incluya opiniones o sesgos de ningún tipo**, ya que lo importante es obtener respuestas de los entrevistados y no conocer los criterios de los entrevistadores.

Las preguntas no deben ser seguidas, así el entrevistado no se siente presionado o abrumado es mejor que sean pocas **preguntas pero que sean claras para que las respuestas sean concisas y no confundan a los televidentes**. Lo importante **no es obtener la mayor cantidad de información, sino los datos con mejor calidad y de mayor interés aunque estos no sean abundantes**.

Tampoco se debe hacer preguntas que no tengan algún objetivo solo con el afán de preguntar, todas las interrogantes deben plantearse con el fin de obtener una respuesta de interés o para aclarar un tema determinado. **No es correcto evitar preguntas que van a incomodar o favorecer a determinado tema o invitado solo por estar en contra o favor de una tendencia**, ya que esto mostraría un sesgo y no permitiría que la audiencia tenga la información completa, pues se estaría omitiendo algo de interés por favorecer o perjudicar al entrevistado.

El entrevistador no debe hablar demasiado, las interrogantes deben ser claras y concisas para que el entrevistado tenga espacio para dar sus respuestas, aunque éstas tampoco deben ser demasiado largas o confusas.

Capítulo 3: teoría de la Agenda Setting y Análisis del ejercicio periodístico de María Josefa Coronel “Los Desayunos de 24 Horas”, y Carlos Ochoa “La Entrevista”: la entrevista periodística y agenda setting

3.1. Teoría de la Agenda Setting

En la disertación se propone considerar, tanto el análisis con aspectos técnicos y concretos sobre cómo se debe hacer la entrevista periodística, así como analizar el sesgo de las entrevistas y la parcialización que muestran los entrevistadores frente a sus invitados. Este último aspecto se conseguirá estudiando la teoría de la Agenda Setting que permite adentrarse en cómo los periodistas escogen los temas a tratar, y a su vez seleccionan la información que van a seleccionar sobre estos temas para mostrar al público.

De esta forma podremos evidenciar cómo los entrevistadores escogen determinados temas e información para construir las imágenes políticas de sus entrevistados de acuerdo a los aspectos y datos que ellos muestren en sus entrevistas, esta selección puede conseguir tanto que el público vea al entrevistado con una tendencia negativa como positiva, todo dependerá de qué parte de la información el periodista decida mostrar y cual otra omitir o qué temas decida abordar con mayor profundidad frente a otros.

Es bien conocido que la imagen de la realidad social y política de los ciudadanos de esta época está construida según lo que leen, escuchan o ven en los medios de comunicación, ya que las personas pueden enterarse de lo que sucede en el acontecer político y social solo a través de los medios, pues no tienen un acceso directo a los hechos ni a sus fuentes. Prueba de ello es que la gente está informada de lo que ocurre en la Asamblea Nacional o con el presidente de la República por medio de la información que reciben de la prensa, ya que los ciudadanos no van a la Asamblea a los debates sobre leyes o a las sesiones, ni acompañan al presidente en sus labores; sin embargo, esta ha sido la tarea de los medios de comunicación, sintetizar esta información recogida de las fuentes y los hechos para llevarla a los demás miembros de la sociedad.

De la misma forma ocurre con las entrevistas, los periodistas y entrevistadores pueden conocer directamente a los actores políticos y su labor diaria; mientras que las audiencias van

construyendo sus imaginarios sobre estas figuras políticas de acuerdo con las entrevistas y los hechos que ellos pueden captar de la prensa.

Esto demuestra que los ciudadanos no tienen una relación directa con su entorno social y político y los periodistas sí, por esto es que tienen la capacidad de seleccionar la información que van a mostrar al público para que este se cree un imaginario sobre un hecho o una persona de acuerdo a las intenciones del periodista.

Los efectos de los medios de comunicación en la construcción de la imagen de la realidad en las audiencias han sido estudiados por varios autores, sin embargo en el texto “La investigación de la comunicación de masas” Schulz (1982) citado en Mauro Wolf (1987: 157) y su modelo denominado “Transfermodell der Kommunikation”. Existen ciertos parámetros que se pueden resaltar de esta teoría para obtener un mejor entendimiento del proceso de construcción de imaginarios a través de los medios.

Un principio fundamental en este modelo propuesto por Schulz (1982) citado en Mauro Wolf (1987: 157) es que los procesos de comunicación tienen un sujeto pasivo, que recibe la información y reacciona ante esto, y un sujeto activo, que es quien emite esta información. Entonces podemos observar que este proceso comunicativo es individual y, por tanto, debe ser analizado en particular con cada individuo.

Además, cabe señalar que este proceso de enviar información para que un sujeto pasivo reaccione es intencional, es decir, que el sujeto activo, comunicador, apunta a un determinado fin o efecto. Schulz (1982) citado en Mauro Wolf (1987: 158) hay que destacar que dichos procesos comunicativos a través de los que se transmite la información son “episódicos”, es decir tienen un principio y un final limitado por un tiempo determinado. En cada uno de estos episodios se trata un tema o una arista del tema diferente, por lo que tienen un efecto aislado e independiente en las audiencias.

Se ha comprobado que la información obtenida de los medios de comunicación no influye directamente en el comportamiento explícito de las personas, sin embargo, si tienen una importante y notoria influencia en la forma en la que el destinatario organiza y construye su propia imagen de su entorno social y político.

La agenda que se propone en los medios de comunicación, que por lo general se trata en todos los medios de los mismos temas, está compuesta por: temas, fuentes e información seleccionada.

Los hechos o temas que se tratan en los medios durante un determinado tiempo, y que por lo general se seleccionan respondiendo a criterios de noticiabilidad, es decir, a lo que los periodistas consideran es más relevante o repercute más en la sociedad y es un tema de coyuntura, es decir que está en la palestra política o social en ese momento y, por lo tanto, genera comentarios y reacciones, tanto de actores políticos como de la sociedad en general.

Estos temas también son seleccionados con un determinado interés por parte del periodista, que busca resaltar un hecho con el fin de que su audiencia tenga una percepción positiva o negativa sobre algo o alguien.

Sobre estos mismos temas o hechos el periodista debe seleccionar qué información va a transmitir a su audiencia, de la misma forma esta selección de datos se hace de acuerdo a los intereses del medio y del comunicador para que el público construya su realidad de acuerdo a lo que se le transmite en la prensa. Sobre un mismo hecho existen diferentes aristas negativas y positivas, así como visiones a favor y en contra, por lo que es el periodista quien decide que arista o visión muestra a su público para influenciarlo y guiar la construcción de su criterio y realidad sobre este tema de acuerdo a su interés.

El comunicador puede mostrar la parte positiva y hacer que su audiencia esté a favor, así como puede mostrar la parte negativa y hacer que las personas estén en contra de determinado hecho, todo esto solo lo consigue seleccionando el tema y la información, un proceso que parecería, para la visión de sus audiencias, un hecho casi azaroso y casual sin ninguna intención de por medio.

El otro elemento que es una pieza clave en la construcción de las agendas son las fuentes de información, por un lado el periodista usa como fuente su vivencia sobre el hecho; sin embargo siempre busca validar y avalar esta información con actores sociales y políticos que tengan una voz oficial o autorizada sobre el tema o hecho, ya sea por el cargo que ejerzan o por su conocimiento.

Las fuentes son una herramienta fundamental para encaminar y seleccionar la información que se va a transmitir a las audiencias. La idea es que en las entrevistas se muestren las dos partes del hecho, a favor y en contra, es decir, las fuentes deberían ser equilibradas, se debería entrevistar tanto a los actores de oposición como a los que estén a favor para que den sus criterios. Esto no ocurre en los medios pues siempre se inclina hacia una tendencia y los actores con los que avalan la información pertenecen a esta misma tendencia, por lo que se muestra solo una parte de la versión al público y este solo puede construir su imaginario o su realidad basado en esta única visión que le muestran los medios.

Estos elementos en la agenda son fundamentales para analizar la entrevista periodística, ya que los entrevistadores son quienes ponen y enfatizan en la palestra dichas agendas y su tendencia para construir la realidad del público.

Los entrevistadores seleccionan el tema de sus entrevistas a través de las preguntas que van a realizar. Es decir hacen que el entrevistado responde y de la información de acuerdo a las interrogantes que los comunicadores plantean. Por último escogen quienes van a ser sus entrevistados, es decir sus fuentes, y los escogen de acuerdo a la tendencia que ellos quieran mostrar, es decir si el entrevistador está en contra de un tema va a conseguir fuentes que también hablen en contra del tema y va a encaminar sus preguntas, es decir su selección de la información, poniendo énfasis en lo negativo. De esta forma consiguen afirmar y reafirmar sus criterios ante el público, que construye su imaginario basado en estos criterios inclinados a un solo punto de vista.

Por supuesto esta selección intencional y sesgada de los hechos y la agenda de los medios de comunicación es antiética y va contra los principios de un correcto ejercicio periodístico, pues aunque es normal que exista dicha selección de la agenda por parte de los periodistas estos deben dejar de lado su sesgo y sus intereses para mostrar a la sociedad los aspectos positivos y negativos, así como las versiones a favor y en contra, para que de esta forma los ciudadanos tengan un criterio amplio con las dos versiones del hecho para formar su criterio y realidad.

Todo periodista al seleccionar la información que va a transmitir y escoger sus fuentes pondrá una parte de su criterio, ya que no se puede ser imparcial, pues este criterio no existe; sin embargo se trata de ser lo más equilibrado posible, mostrando las diferentes visiones y puntos de

vista, al mostrar la información a los ciudadanos y no ser intencionalmente sesgado o parcializado hacia una tendencia o visión de los hechos.

Los medios de comunicación al tener la capacidad de seleccionar la agenda también pueden Mauro Wolf (1987: 161) “modificar la imagen de lo que es o no es importante de los temas o problemas principales en el contexto de la batalla electoral”. En el periodo electoral la prensa tiende a acentuar más su capacidad de influencia en los públicos para beneficiar o perjudicar a determinadas tendencias políticas. Entonces se demuestra que los medios son mucho más que un canal a través del que se presenta la información y los actores políticos a la sociedad.

En el periodo electoral, Mauro Wolf (1987: 161) “los medios ofrecen perspectivas, modelan las imágenes de los candidatos y de los partidos, ayudan a promocionar los temas sobre los que versará la campaña y definen la específica atmósfera y área de importancia y reactividad que caracteriza a cada competición electoral”.

Los programas de entrevistas son un elemento clave en las elecciones, ya que a través de estos las personas conocen las propuestas e ideología de los candidatos a profundidad. Es por eso que la prensa utiliza estos espacios para apoyar o desprestigiar a los candidatos de acuerdo a la tendencia del medio de comunicación.

Se ha comprobado que en gran medida la ciudadanía conoce el acontecer social y político de su entorno de segunda o tercera mano a través de lo que pueden captar de los medios, ya que estos se encargan de estructurar un contexto político que se apega a la realidad, pero que las audiencias solo pueden percibir a distancia.

Además, la prensa en su realidad contempla un contexto más amplio, no tan local, lo que no permite al público sustraer o asimilar del todo la información entregada

Los medios de comunicación y la producción de sus mensajes y contenidos son determinantes para la construcción del patrimonio cognoscitivo de los destinatarios, en este caso de determinadas sociedades, cuenta con tres elementos fundamentales que describen su influencia en la construcción de imaginarios sociales y políticos.

El concepto de “**acumulación**” Mauro Wolf (1987: 162): esto se refiere a la capacidad que tiene la prensa para dar importancia a un determinado tema más que a otro por un tiempo. Esto es el resultado de cómo funciona el sistema de cobertura informativa, pues no se cubren todos los hechos, sino solo los que se consideran importantes por los medios, y a su vez estos son transmitidos a las audiencias quienes les dan mayor importancia.

La “**consonancia**” Mauro Wolf (1987: 162): en el proceso de producción de la información se puede destacar que entre los medios los rasgos comunes son más que los diferentes, por lo que se puede mostrar que los mensajes emitidos por los medios son casi todos muy parecidos tomando las mismas aristas y pocos se diferencian o tratan distintas perspectivas o diferentes temas.

La “**omnipresencia**” Mauro Wolf (1987: 162): esto se refiere no solo a la cantidad de mensajes e información que transmite la prensa, sino también al hecho de que es de conocimiento público que toda esta información es bien conocida por todos, es decir los medios ejercen una fuerza omnipotente ya que su información, al estar difundida en todas partes y ser conocida por todos está de una u otra forma siempre presente en la construcción del entorno e imaginario social y político de los ciudadanos.

La sociedad está tan influenciada por la acción de los medios de comunicación que dependen de su información y la construcción de estos mensajes para ser conscientes, ignorar o prestar más o menos atención a elementos específicos de la vida pública. Mauro Wolf (1987: 163) “las audiencias tienden a incluir o excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido”, entonces podemos determinar que lo que las personas conocen y saben acerca de su entorno y realidad es única y exclusivamente lo que perciben de los medios, pues no tienen ningún tipo de información más allá de estos contenidos, es decir no saben más ni de otros temas que no hayan sido expuestos en los media.

Cohen (1963: 13) citado en Mauro Wolf (1987: 163) afirma que la prensa no puede decir a la gente lo que debe y cómo debe pensar, sin embargo, si tiene la capacidad de determinar a los públicos sobre qué temas debe pensar y, de acuerdo a la información que se entrega sobre estos temas, pueden encaminar y guiar la forma en la que la gente mira el tema. Por ejemplo si se presenta el tema con todos sus aspectos positivos probablemente las personas tiendan a encaminar

su pensamiento a favor de este tema, lo mismo que si solo se muestran aspectos negativos la sociedad se inclinará por estar en contra.

Todos los medios de comunicación generan de forma directa o indirecta este efecto de agenda setting en el que se construye e influencia los criterios, opiniones y realidad del lector a través de la selección de temas y la enfatización de la información, todo esto genera un efecto a largo plazo en los ciudadanos que se ven influenciados por estos mensajes y construyen toda su realidad lejana, es decir, lo que no pueden ver o vivir directamente o de primera mano, todo esto para los públicos depende exclusivamente de la información que captan de los medios, que en general no varía de un medio a otro, ya que los mensajes son muy parecidos.

En elecciones esto es aún más importante, ya que con este efecto de agenda los medios pueden encaminar la campaña política e incluso pueden llegar a convencer al público para votar por determinado candidato o partido político. Todo esto lo pueden lograr presentando al candidato o partido de manera positiva, excluyendo los aspectos negativos, y resaltando todo lo negativo del resto de candidatos para que de esta forma los votantes consideren la mejor opción al que los medios presentan con rasgos positivos, ya que al no poder experimentar directamente esta realidad la gente debe crear su conciencia política y definir su voto a través de la información que reciben de los medios. Es por eso que los medios y sus diferentes espacios son fundamentales para los políticos, ya que así consiguen captar electores, incluso mucho más que en la campaña puerta a puerta o recorriendo las ciudades del país regalando cosas.

3.2. Análisis de Agenda Setting

En el Ecuador, se han dividido los medios de comunicación entre los que apoyan al gobierno actual de Rafael Correa y quienes están en contra de su gestión. Hace más de un año, en febrero de 2013, se realizaron elecciones de presidente y asambleístas.

En este proceso electoral, Rafael Correa se postuló a la reelección y surgieron nuevos actores políticos de oposición al régimen, quienes también aspiraban a la presidencia. Entre estos nuevos personajes políticos destacan: el dueño del Banco de Guayaquil Guillermo Lasso, quien quedó segundo en las elecciones y ha hecho apariciones esporádicas en los medios para hablar de política después de los comicios; Mauricio Rodas, que surgió como figura política en esos

comicios y un año después ganaría las elecciones para alcalde de Quito; Alberto Acosta, quien antes fue parte del gobierno de Correa como presidente de la Asamblea Constituyente y actualmente es uno de los grandes críticos y opositores del régimen; entre otros que destacaron menos, públicamente, como: Norman Wray, Nelson Zavala, Álvaro Noboa y el ex presidente Lucio Gutiérrez.

Además, en estas elecciones también se escogió a los actuales asambleístas, aquí sobresalieron, consiguiendo mayoría, los candidatos del partido de Rafael Correa Alianza País, los del movimiento aliado al candidato oficialista Avanza y los del movimiento CREO, liderado por Guillermo Lasso.

En los períodos electorales los candidatos aprovechan y buscan los programas de entrevistas que existen en los medios de comunicación para dar a conocer al público sus propuestas, la ideología de sus partidos y movimientos políticos, así como mostrarse ellos mismos como figuras políticas y candidatos.

Los programas de entrevistas son preferidos por los candidatos, ya que les permiten obtener votos de un buen sector de la población que no visitan en sus giras y que no conoce directamente sus propuestas, pero que ven este tipo de programas para conocer a los candidatos y definir su voto.

En el caso de María Josefa Coronel en su programa “Desayunos de 24 Horas”, transmitido por Teleamazonas, se puede notar que durante el periodo de análisis, que son siete días del periodo electoral (del 4 al 12 de febrero sin contar con el fin de semana 9 y 10) con un promedio de tres a cuatro entrevistas por día, no se hizo casi ninguna entrevista a candidatos de movimientos adherentes al régimen de Rafael Correa, la mayoría de entrevistas se hicieron a candidatos de grupos de oposición.

En su programa se realizó entrevistas a todos los candidatos para presidente, durante este período, sin embargo en esto no participó el actual mandatario Rafael Correa por dos razones: María Josefa Coronel y su canal han mostrado abiertamente su oposición al Gobierno y el Jefe de Estado solo dio entrevistas a medios afines a su línea política y que están, ya sea por ser públicos o incautados, en manos del Estado.

También se invitó a candidatos para la Asamblea y Parlamento Andino de diferentes partidos y movimientos, pero en el programa se evidencia una clara mayoría de postulantes de partidos de oposición ;mientras que casi se evitó entrevistas a candidatos de grupos afines al mandatario como Alianza Pais y Avanza.

Así se pudo observar que de las 25 entrevistas que se analizaron de María Josefa Coronel, en su programa “Los Desayunos de 24 Horas”, transmitido por Teleamazonas, solo cuatro se hicieron a candidatos de grupos adherentes al régimen, ninguno de estos entrevistados es destacado por su participación política, más bien guardan un perfil bajo y pertenecen dos al movimiento Avanza, uno del Partido Socialista y uno solo de Alianza Pais, movimiento oficialista. Los entrevistados son dos candidatos a asambleístas y dos al parlamento Andino, y como ya se mencionó anteriormente no se hizo la entrevista al candidato a presidente que apoyaron estos grupos, que es el actual mandatario Rafael Correa.

En cambio, en el programa “La Entrevista” de Carlos Ochoa, transmitido por GamaTV, canal incautado por el Estado, se puede evidenciar que durante el período de análisis, que son siete días del periodo electoral con un promedio de tres a cuatro entrevistas por día, se realizaron mayoritariamente entrevistas a los candidatos adherentes al régimen de Rafael Correa, mientras que se hicieron muy pocas entrevistas a candidatos de partidos de oposición.

En el programa de Carlos Ochoa, que cabe mencionar es el superintendente de Comunicación del actual Gobierno de Rafael Correa, no se realizó entrevistas a ningún candidato para presidente de otros partidos, en este programa solo se entrevistó al candidato del oficialismo Rafael Correa. En este caso no hubo una negativa de parte de los demás candidatos para asistir a las entrevistas, sino que no se les invitó a participar.

En “La Entrevista” se invitó en su mayoría a candidatos para asambleístas de partidos políticos afines al gobierno como: el Partido Socialista, Avanza y Alianza Pais; mientras que se casi no se entrevistó a candidatos a las dignidades de partidos de oposición, esto demuestra que se prefirió evitar las entrevistas a postulantes que no son afines del régimen

Los dos programas que se analizan, “La Entrevista” y “Los Desayunos de 24 Horas”, tienen una coincidencia, ambos tienen solo cuatro entrevistas opuestos a su línea política. Así se pudo

evidenciar que de las 25 entrevistas que se analizaron de Carlos Ochoa, en su programa “La Entrevista” transmitido por GamaTV, se dio prioridad a los candidatos oficialistas y sólo cuatro se hicieron a candidatos de grupos de oposición al régimen; así mismo ninguno de estos entrevistados es destacado por su participación política, más bien guardan un perfil bajo. Los entrevistados de oposición pertenecen dos al partido del PRIAN, que consiguió muy pocos puestos en la Asamblea, uno a CREO y uno al PRE, que tampoco consiguió tener un buen número de legisladores. Todos los entrevistados son postulantes a asambleístas, ninguno de ellos es candidato a presidente o Parlamento Andino.

Dos de estos postulantes de oposición son conocidos como figuras públicas por cargos alternos que han tenido o por sus apariciones en la farándula. Este es el caso de Luis Noboa, candidato del PRIAN, quien fue presidente del club deportivo Barcelona y Héctor Vanegas, candidato del PRE, quien fue fiscal, es abogado de varias figuras de la farándula nacional y tiene una forma particular de vestir y presentarse y por eso llama la atención de la gente.

Como se puede observar los dos periodistas, Carlos Ochoa y María Josefa Coronel, en sus programas, “La Entrevista” y “Los Desayunos de 24 Horas” se evidencian claramente a favor de una determinada línea política, ya que ambos prefieren entrevistar a los candidatos que son afines a su tendencia política y excluyen casi por completo a los que se muestran opuestos a lo que piensan ellos y su medio. Incluso al entrevistar a figuras poco destacadas se resta importancia y se desprestigia la posición e ideología de los movimientos y partidos opuestos a su tendencia.

Carlos Ochoa se evidencia parcializado a favor del régimen y María Josefa Coronel en contra del Gobierno actual, las dos posturas van en contra de los principios periodísticos de equilibrio en la información y las fuentes, como se había mencionado en capítulos anteriores el entrevistador no puede mostrar un sesgo político ni favorecer o perjudicar a un candidato u organización política, y aunque esto es mostrar solo una parte de la información al público y de esta forma se manipula la opinión pública para que den su voto por determinado candidato.

Es así que ninguno de los entrevistadores hace un trabajo de acuerdo a los principios periodísticos, ya que manipula la información y así influyen la opinión y los criterios de las audiencias, así como determinarán su voto, no como debería ser mostrando al público las dos

partes de la realidad y permitiendo que sean los ciudadanos quienes tomen su decisión y construyan su realidad basados en lo que ven y escuchan de los candidatos, en este caso manipulan la información y las fuentes para que la decisión de su público sea sesgada de acuerdo a su visión que no muestra toda la realidad y el contexto necesario para tomar la decisión de votar responsablemente.

Se utiliza el concepto de la selección de las fuentes de la Agenda Setting para inclinar la tendencia de su programa hacia favorecer a un candidato o partido más que a otros, ya que entrevistan a muy pocos candidatos opuestos a su línea política frente a la gran mayoría de postulantes que están invitados a los programas que concuerdan con su tendencia política.

Por otra parte, el análisis también debe contemplar la selección de los temas y la información que se trata en las entrevistas con los diferentes candidatos, ya que esto es tarea fundamental de los entrevistadores María Josefa Coronel y Carlos Ochoa, quienes formulan las preguntas y encaminan el diálogo para su público.

La selección de los temas, así como de la información que se da sobre esos temas es parte de la teoría que se mencionó en páginas anteriores y se denomina la Agenda Setting, como se dijo es este escogitamiento de la información el que debería ser casual y lo más equilibrado posible, es como los medios pueden manipular la información para que las audiencias piensen de determinada forma sobre una persona u hecho y se inclinen a estar a favor o en contra.

Es a través de la información que captan de los medios que los ciudadanos crean su realidad, es por eso que la responsabilidad de los medios, y en este caso los entrevistadores, es la de presentar la información lo más clara, equilibrada, y veraz para que las personas tengan una idea amplia del entorno social y político y de esta forma puedan construir su imaginario.

Anteriormente se evidenció que María Josefa Coronel, en su espacio “Desayunos de 24 Horas”, había seleccionado sus fuentes o entrevistados basándose en su tendencia política y la de su medio, ya que la mayoría eran de oposición al Gobierno y solo cuatro de 25 entrevistas eran a personajes adherentes al régimen.

Este mismo sesgo político observado en la selección de las fuentes ocurre con la selección de la información y los temas en el programa “Desayunos de 24 Horas”.

Aunque el tema central de las entrevistas son las elecciones para presidente y legisladores, y por tanto sus propuestas y la ideología que promueven los candidatos, los partidos y movimientos políticos, depende del entrevistador cómo manejar la entrevista y sobre qué propuestas o puntos en particular de su campaña va a preguntar.

En este caso, la entrevistadora María Josefa Coronel no se enfoca, precisamente, en hacer preguntas, más bien hace afirmaciones o largos comentarios en contra de las políticas del Gobierno de Rafael Correa y solicita a su entrevistado que diga qué va a hacer en contra de estas propuestas del actual mandatario o cómo va a mejorar ciertos temas. Un ejemplo de esto es que en todas las entrevistas habla sobre la inseguridad tema latente en estas elecciones, conocido como punto débil de la gestión de Correa, así propone a todos sus candidatos de oposición que hablen en contra del gobierno y la falta de seguridad y den sus propuestas para rebatir las acciones del régimen en este tema.

Lo mismo ocurre con casi todos los temas que trata María Josefa Coronel con sus invitados, propone una afirmación o comentario en contra de Correa y sus acciones y espera que sus entrevistados avalen su crítica, dándole la razón, y ahondando en opiniones negativas.

Con esto se evidencia una notoria parcialización por parte de la entrevistadora que encamina, sin ningún disimulo, su entrevista para desprestigiar al Gobierno y sus políticas y muestra el sesgo de sus invitados en contra para que las personas que ven el programa se formen un criterio de la realidad similar al que ella tiene.

Aunque es posible que tenga razón en criticar algunas políticas del régimen actual y a pesar de que muchas personas estén en contra del accionar de Correa, como periodista, su función no es manipular la información ni emitir comentarios negativos, ya que su objetivo no es la opinión o la crítica, más bien se trata de mostrar a la audiencia las propuestas e ideología de sus entrevistados, candidatos a diferentes dignidades, para que voten por lo que proponen y no por oponerse a otro candidato.

Por su parte, Carlos Ochoa en su programa “La Entrevista” también tiene un sesgo notorio en la selección de sus fuentes, es decir sus entrevistados, ya que en cambio él entrevistó en su mayoría a candidatos adherentes al Gobierno de Rafael Correa y, coincidentalmente igual que María

Josefa Coronel, solo entrevistó a cuatro postulantes de oposición de las 25 entrevistas que se analizaron.

El proceder de Ochoa no es muy diferente al de Coronel en cuanto a su ejercicio periodístico, a la selección de sus fuentes, temas e información; de hecho se puede decir que es exactamente el mismo, solo que tienen tendencias políticas opuestas y buscan beneficiar a líneas diferentes, pero manteniendo el mismo método.

A pesar de que el tema central de las entrevistas son las elecciones para presidente y asambleísta, por lo que se debe recalcar sus propuestas e ideología, depende del entrevistador cómo manejar la entrevista sobre qué propuestas o puntos en particular de su campaña va a preguntar.

En este caso, el entrevistador Carlos Ochoa no hace exclusivamente la pregunta, primero emite un juicio de valor sobre un determinado accionar del Gobierno actual y hace que sus invitados opinen a favor y sobre cómo van a afianzar sobre estas políticas o medidas, incluso al oír las respuestas positivas de sus entrevistados hace comentarios como “esto para que la patria avance” o “para que la revolución siga en marcha” mostrando un notorio sesgo a favor del régimen actual.

Además de evidenciar este apoyo, también hace afirmaciones y críticas duras en contra de las propuestas de candidatos de oposición y hace que sus invitados desprestigien y se burlen, junto con él, de estas propuestas.

Esta misma mecánica se maneja con todos los temas que trata Carlos Ochoa con sus invitados, propone una afirmación o comentario en contra de la oposición de Correa o favor del Gobierno y espera que sus invitados le sigan el juego y mantengan la misma tendencia política afianzando y validando sus críticas y comentarios. Ochoa muchas veces se burla de forma grosera de la oposición.

Con esto se evidencia un claro sesgo por parte del entrevistador que manipula, sin ningún disimulo, su entrevista para desprestigiar a la oposición y alabar al Gobierno y sus políticas y muestra el sesgo de sus invitados a favor del Gobierno y en contra de partidos y movimientos

opuestos al régimen para que las personas que ven el programa se formen un criterio de la realidad similar al que él y su medio tienen.

Puede ser que en ciertas críticas y comentarios este acertado, ya que la oposición no tiene la razón en todas sus propuestas o su accionar o tiende a hacer las cosas solo para oponerse sin mirar el beneficio de los ciudadanos, que es lo que realmente debería importar, su misión como periodista no es manipular la información ni emitir comentarios, críticas y peor burlas; ya que su objetivo no es la opinión o la crítica, más bien se trata de mostrar a la audiencia las propuestas e ideología de sus entrevistados, candidatos a diferentes dignidades, para que voten por lo que proponen y no por favorecer u oponerse a otros candidatos.

Además, hay que recalcar que posterior a esto Carlos Ochoa fue nombrado Superintendente de Comunicación, el cual es un cargo elegido por el Presidente de la República, con esto se hizo más evidente que Ochoa no cumplía del todo su labor periodística, ya que era parte de los adherentes de Correa y lo mostraba abiertamente tratando de manipular sus entrevistas y a su audiencia. Al ser un periodista considerado parcializado y luego aceptar un cargo público designado por el mandatario no dejó duda de su sesgo y su práctica periodística parcializada y por tanto antiética y en contra de las normas del ejercicio periodístico.

3.3. Análisis de La Entrevista Periodística

Para analizar el ejercicio periodístico de los entrevistadores María Josefa Coronel y Carlos Ochoa se determinó, en el capítulo dos, los parámetros y características de la entrevista, es decir cómo se debe proceder para que vaya de acuerdo con las normas éticas y periodísticas.

Entre las principales características que se deben considerar para hacer una entrevista están: que sea un diálogo distendido, fluido, denso ágil e interesante; formalidad y respeto en el trato a los entrevistados, saber preguntar, el entrevistador debe manejar la entrevista, no sobreactuar ante reacciones o respuestas, no aprobar o rechazar lo que dice el invitado, modular la voz y el énfasis que se da a algunas palabras o frases, evitar totalmente emitir opiniones o criterios acerca del invitado o lo que está diciendo y la economía de gestos y movimientos.

Además se debe tomar en consideración que el entrevistador es solo un canal entre el público y el entrevistado, por lo que debe preguntar lo que a la audiencia le interesa saber.

El entrevistador siempre debe hacer una importante investigación previa del tema para preparar la entrevista y debe procurar no ser el centro de atención, ya que a la gente le interesa escuchar la información del invitado. Este suele ser un problema recurrente en las entrevistas, ya que a menudo el entrevistador, por aparecer diariamente en televisión, se vuelve reconocido por el público y se convierte en “famoso”, por lo que a veces es más reconocido que el propio entrevistado; sin embargo es misión del periodista no llamar la atención demasiado y no convertirse en el centro de la entrevista para permitir que el público preste atención y escuche la información del entrevistado.

En el caso de María Josefa Coronel y su programa de entrevistas “Desayunos de 24 Horas” se puede observar, durante el periodo de análisis que son siete días del periodo electoral (del 4 al 12 de febrero sin contar con el fin de semana 9 y 10) con un total de 25 entrevistas, en muchas ocasiones no cumple con los principios periodísticos mencionados en párrafos anteriores.

Aunque es el entrevistador quien debe manejar la entrevista esto no quiere decir que no dé la oportunidad de hablar al entrevistado o que le permita hablar muy poco. María Josefa Coronel no tiene un diálogo fluido, ágil o interesante con sus invitados, ya que no hace preguntas como tal solo emite afirmaciones u opiniones, en contra del Gobierno, y pide a sus invitados que opinen sobre este criterio, es decir solo espera que el entrevistado, brevemente, avale su posición política. Es importante destacar que, por lo general, las preguntas de Coronel son más largas que las respuestas que permite dar a sus invitados, ya que siempre los interrumpe para opinar o dar un criterio suyo.

Un ejemplo de lo mencionado en el párrafo anterior se da cuando Josefa Coronel entrevista al, en ese momento, candidato a asambleísta Mauricio Rodas. Aquí la periodista señala que “un tema que preocupa a las personas vinculadas con el comercio exterior son las alianzas con otros países, justamente son esos cuyos conceptos distan de nuestro concepto de democracia” (refiriéndose a la tendencia opositora del gobierno actual frente a países como Estados Unidos) “Porque hay países con los que nunca hemos sido socios y hoy tenemos una cercanía poco común” (dice esto de forma despectiva y como en contra de estas relaciones con otros países). Al final de todo este comentario de opinión dice la pregunta qué es “cómo esas alianzas comerciales pueden influir en el estilo de vida, el concepto de democracia y sobre todo las libertades de los

ecuatorianos, porque muchos mandatarios de los países con los que estamos aliados no tienen un concepto de libertades o igualdad” incluso en esta pregunta se puede observar sesgo dando a entender que las alianzas con otros países pueden interferir negativamente en estos aspectos de la vida de los ecuatorianos y asegura que los países aliados al gobierno actual no respetan libertades.

María Josefa Coronel no siempre es respetuosa con sus entrevistados, ya que si no responden como ella espera o no siguen su tendencia política los interrumpe bruscamente, se burla o desprestigia sus respuestas, mostrando con sus gestos y acciones una sobreactuación que permite al público evidenciar claramente que está en contra o, en exceso a favor cuando siguen su línea política, del entrevistado.

La entrevistadora no duda en dar una opinión sobre el tema o para avalar o descalificar explícitamente y de manera poco respetuosa las respuestas o la información que da el entrevistado. María Josefa Coronel tampoco respeta el principio de ser un canal del invitado con el público, ya que no pregunta lo que a la audiencia le interesa saber, más bien busca manipular la información para que la audiencia reciba la información y las opiniones que a ella y su medio les interesa transmitir.

Además, la entrevistadora de “Desayunos de 24 Horas” siempre busca ser el centro de atención de su programa y de todas las entrevistas que hace, ya que sus afirmaciones, preguntas y opiniones siempre son más largas que las respuestas que dan los entrevistados.

Incluso en su forma de vestir llama la atención con colores fuertes y vestidos, en ocasiones, escotados. También tienden a enfatizar mucho en sus gestos y movimientos mientras habla el entrevistado y con estos muestra al público que aprueba o desaprueba lo que se está diciendo.

Con todo lo dicho anteriormente podemos determinar que María Josefa Coronel en su programa “Los Desayunos de 24 Horas” no obedece a los parámetros establecidos de un buen ejercicio periodístico y muestra abiertamente su tendencia política, en contra del Gobierno de Rafael Correa, aunque esto sea considerado anti ético, ya que aunque no es prohibido tener una opinión y posición política es incorrecto manipular las entrevistas y la información para encaminar la forma de pensar y la construcción de la realidad de su público, con el fin de que estos

concuermen y apoyen su tendencia política. Los entrevistadores deben cuidar siempre su forma de actuar para no emitir opiniones y no ser el centro de atención que son los dos elementos fundamentales para una entrevista periodística, como ya se demostró anteriormente María Josefa Coronel no respeta ninguno de estos dos principios.

En el caso de Carlos Ochoa y su programa “La Entrevista” se puede determinar que, durante el periodo de análisis que son siete días del periodo electoral con un total de 25 entrevistas, en la mayoría de entrevistas no cumple con los parámetros y características del buen ejercicio del periodismo y de cómo hacer correcta y éticamente una entrevista periodística.

A pesar de que uno de los parámetros establece que es el entrevistado quien debe manejar en todo momento la entrevista, sin permitir que sea el invitado quien tome el control o se desvíe del tema, Carlos Ochoa manipula casi todas las entrevistas sin que sea un diálogo fluido o ágil, más bien hace afirmaciones antes de emitir la pregunta o avala lo que el entrevistado dijo, siempre que este sea de su misma tendencia política, y hace preguntas referentes a sus opiniones, a favor del Gobierno de Rafael Correa o en contra de la oposición, y permite que sus entrevistados den largas respuestas, avalándolas, solo si estas siguen la línea política de él y su medio, si es así incluso hace bromas con el invitado y tiene una actitud distendida y agradable.

Carlos Ochoa en la entrevista a asambleísta al candidato de Alianza Pais, Luis Monge, le hace la pregunta de qué opina sobre la gestión de Jaime Nebot, alcalde de Guayaquil, y Ochoa afirma que las acciones de Nebot se han centrado en determinados sectores que son de su interés y no ha incluido a otras zonas de la ciudad, según él porque no le conviene, políticamente hablando, al alcalde Nebot. Aquí muestra su oposición contra el burgomaestre de la ciudad de Guayaquil.

Sin embargo, cuando el entrevistado no sigue su tendencia política es muy crítico con sus respuestas, lo interrumpe, opina durante toda la entrevista, hace gestos y movimientos que evidencian su descontento e incluso se burla de lo que dice o de lo que hace el invitado, mostrando una clara actitud de irrespeto.

Por lo general Ochoa maneja las entrevistas, pero esto no ocurre cuando el entrevistado es el presidente Rafael Correa, en esa entrevista le permite hablar sin límite de tiempo y sin importar que se desvíe del tema y solo se lo escucha, en muy pocas ocasiones, donde dice un tema

brevemente, por ejemplo: “háblenos de la inseguridad”, y le deja que de su respuesta tan larga como quiera sin interrumpirlo y sin hacer ningún gesto o movimiento brusco, se lo observa constantemente avalando sus respuestas con pequeños gestos.

Carlos Ochoa emite opiniones y comentarios sin ninguna censura durante todas sus entrevistas para avalar o descalificar los criterios de sus entrevistados, de acuerdo a su tendencia política. Ochoa es muy irrespetuoso, ya que incluso se burla de sus invitados.

el entrevistador no cumple el principio fundamental de ser un canal del invitado y su audiencia, ya que no pregunta lo que a la audiencia le interesa saber, más bien busca manipular la información para que la audiencia reciba la información y las opiniones que a él y a su medio les interesa transmitir.

Carlos Ochoa en su programa “La Entrevista” siempre busca ser el centro de atención en todas las entrevistas que hace, ya que sus afirmaciones, preguntas y opiniones siempre son más largas que las respuestas que dan los entrevistados. Además tiende a enfatizar mucho sus gestos y movimientos mientras habla el entrevistado y con estos muestra al público que aprueba o desaprueba lo que se está diciendo, o se burla de lo que está diciendo su invitado.

Todo esto nos evidencia claramente que el entrevistador Carlos Ochoa, actual superintendente de comunicación, incumple las características establecidas de un buen ejercicio periodístico y muestra abiertamente su tendencia política, a favor del Gobierno de Rafael Correa, aunque esto sea considerado anti ético. A pesar de que no es prohibido tener una opinión y posición política es incorrecto manipular las entrevistas y la información para encaminar la forma de pensar y la construcción de la realidad de su público, con el objetivo de que estos estén en concordancia con su tendencia política.

Los entrevistadores deben cuidar siempre su forma de actuar para no emitir opiniones y no ser el centro de atención de sus entrevistas, pues solo son un canal entre el entrevistado y el público y su principal misión es informar a las audiencias y no manipular su criterio en función de sus intereses políticos o los de su medio.

Conclusiones

En el presente ítem se desarrollarán las conclusiones que se han obtenido del trabajo de disertación “Análisis comparativo de los programas de entrevistas La Entrevista con Carlos Ochoa y Los Desayunos de 24 horas con María Josefa Coronel y el ejercicio periodístico de sus entrevistadores”. A lo largo del trabajo se presentan parámetros y características para definir cómo hacer una entrevista periodística correctamente.

1. El período de análisis seleccionado para el trabajo de disertación comprende siete días de la época de campaña electoral, en febrero de 2013, donde se eligió presidente, legisladores y miembros del Parlamento Andino.

Este período fue seleccionado, ya que permite observar con mayor precisión el sesgo político de los programas de entrevistas y sus entrevistadores, quienes abiertamente apoyan a una determinada línea política, tal como se demostró en el análisis de sus espacios y su ejercicio periodístico. Además, la época electoral es un tiempo clave para el análisis, ya que los entrevistadores buscan a candidatos que vayan acorde su tendencia política para su programa, lo que pone en evidencia cuál es su parcialización y a que partidos o movimientos apoyan.

2. Existen condiciones fundamentales para que la entrevista se considere correcta ética y periodísticamente hablando: un ambiente de respeto y cordialidad para que la entrevista fluya, situación de mutua simpatía entrevistado-entrevistador, entrevista debe ser fluida, tomar en cuenta todos los gestos y movimientos del invitado, procurar evitar el uso de gestos y movimientos excesivos por parte del entrevistador, confianza para que el entrevistado se muestre cómo es, no descalificar-criticar-opinar o juzgar al entrevistado y sus comentarios, no evidenciar opiniones a favor o en contra del tema o invitado, considerar siempre al televidente y preguntar según lo que el público busca conocer, papales establecidos y definidos durante la entrevista, enfatizar en las respuesta del invitado que es lo más importante no lo que diga el periodista, entrevistado debe aportar con nueva información sobre el tema, información debe ser de interés público, no solo el entrevistador debe ser buen conversador debe conocer e investigar a fondo el tema y al invitado, entrevistador no puede ser el centro de atención, debe ser un diálogo fluido-

denso-ágil e interesante, debe mantenerse el interés del público durante toda la entrevista, evitar corregir al entrevistado.

3. Entre los parámetros más importantes están: es un diálogo distendido, cuidado al manejar la comunicación no verbal, en los primeros momentos acercarse al personaje y ganar su confianza antes de la entrevista, formalidad en el trato al invitado, vestuario serio y formal no demasiado llamativo, saber preguntar y escuchar las respuestas, respuestas y preguntas deben ser claras-concisas y concretas, evitar la sobreactuación y el uso de recursos dramáticos, controlar la entonación- silencios-tonos de voz, y el periodista debe ser un canal entre el entrevistado y la audiencia.
4. Tras analizar los videos de los programas de entrevistas “La Entrevista” con Carlos Ochoa y “Los Desayunos de 24 Horas” con María Josefa Coronel, así como el ejercicio periodístico de sus entrevistadores, se llegó a concluir que no cumple con los parámetros de la entrevista mencionados anteriormente, por lo que se determinó que las entrevistas no son ni éticas ni periodísticamente correctas.
5. En el trabajo de disertación se definió la teoría de Agenda Setting, que es la selección de las fuentes, temas y la información que se expondrá al público. Esta teoría también afirma que dicho escogitamiento no es casual, ya que en muchos casos los periodistas usan esto para mostrar a su audiencia solo la información que a ellos les conviene para que construyan su realidad basados en información incompleta y sesgada a favor o en contra de una determinada tendencia política.
6. Se demostró que en los programas de entrevistas analizados se manipula la información, así como la selección de las fuentes, para contar solo una versión.

En “Los Desayunos de 24 Horas” con María Josefa Coronel solo se da información y temas que se oponen al Gobierno actual y sus políticas, así como, de un total de 25 entrevistas, solo se hicieron cuatros a actores políticos adherentes al Gobierno, todos ellos con un perfil político bajo para que no llamen demasiado la atención.

Lo mismo, pero con tendencia política opuesta, ocurre con Carlos Ochoa y su programa “La Entrevista” en donde los datos que se exponen y los temas que se escogen para las entrevistas son solo aquellos que favorecen o apoyan al Gobierno de Rafael Correa. De

las 25 entrevistas analizadas sólo cuatro son hechas a actores políticos de oposición; sin embargo estos tienen un perfil político bajo, por lo que no destacan.

7. Se determinó la polarización y la marcada tendencia política que tienen los programas de entrevistas “Los Desayunos de 24 Horas” y “La Entrevista” y sus entrevistadores María Josefa Coronel y Carlos Ochoa. en contra y a favor del Gobierno actual, respectivamente. Este era el objetivo principal de la disertación, que como ya se ha demostrado anteriormente se ha cumplido en su totalidad.

Recomendaciones

La situación actual de los dos entrevistadores y sus programas de entrevistas ha cambiado, por un lado Carlos Ochoa es el actual superintendente de Comunicación, ente regulador de los medios, y fue escogido por el presidente Rafael Correa, lo que evidencia un claro nexo entre el periodista y el mandatario.

Por otro lado, Teleamazonas, canal donde María Josefa Coronel tiene su espacio de entrevistas, cambió de administración y desde entonces se ha bajado el tono de oposición del canal y sus programas para evitar más enfrentamientos con el régimen.

Como se puede observar los dos programas de entrevistas y sus entrevistadores no cumplen con su misión periodística de informar a la audiencia, y siendo estos transmitidos por dos canales de señal abierta con un número importante de televidentes es importante corregir dichos errores y evidenciar su mala práctica periodística, ya que con esto están manipulando la construcción de la realidad de su público que se ve perjudicado al recibir información sesgada y parcializada a favorecer o perjudicar a una determinada línea política. Por lo que se han considerado las siguientes recomendaciones:

1. Los entrevistadores deben ser más responsables en el manejo de la información, teniendo especial cuidado en el período de análisis seleccionado para el trabajo de disertación que comprende siete días de la época de campaña electoral, en febrero de 2013, donde se eligió presidente, legisladores y miembros del Parlamento Andino.

Es decir, en general, en época electoral se debe manejar con mayor cautela la información que se va a dar al público para no manipular su voto, que debe ser lo más consciente y meditado posible, y para esto necesita información veraz y no sesgada.

2. Los medios de comunicación deben garantizar que sus entrevistadores conozcan muy bien los parámetros y características para hacer una entrevista periodística correcta deben obligarles a cumplir con estos principios para no contravenir los principios éticos de una entrevista, y de esta forma no manipulen el imaginario de su público para beneficiar sus intereses políticos.

3. La selección de las agendas en los programas, es decir los temas, la información y sus fuentes, no puede ser bajo ninguna circunstancia intencionalmente sesgada para favorecer o perjudicar a una tendencia política.

A pesar de que es totalmente aceptable que el periodista no puede ser imparcial en la selección, se ha demostrado que este si tiene la capacidad y responsabilidad para realizar este escogitamiento de la manera más equilibrada posible, mostrando las dos versiones de los hechos, para que sea el público quien forme su propio criterio basado en esta información abierta y completa.

4. Los entrevistadores deben ser necesariamente éticos para no manipular la información y hacer un ejercicio correcto del periodismo y sus géneros, en este caso la entrevista. Deben tener cuidado especial en cumplir con los parámetros para realizar entrevistas periodísticas correctas, así como deben cuidar la selección de los temas, fuentes e información para que estos no sean sesgados.
5. Sí existe esta polarización y marcada tendencia política en los programas de entrevistas “Los Desayunos de 24 Horas” y “La Entrevista” y sus entrevistadores María Josefa Coronel y Carlos Ochoa. en contra y a favor del Gobierno actual, respectivamente. Se debe sancionar a los entrevistadores, así como separarlos de sus espacios o cerrar estos programas para evitar que se continúe manipulando la información y al público.

Bibliografía

- Balsebre, Armand; Mateu, Manuel; Vidal, David (1998) “La entrevista en radio, televisión y prensa” Madrid, España, Cátedra.
- Becerra, Martín (2012) “Cajas mágicas: el renacimiento de la televisión pública de América Latina” Madrid, España, Tecnos.
- Cantavella, Juan (1996) “Manual de la entrevista periodística” Barcelona, España, Ariel.
- Fagen, Richard R. (1969) “Política y Comunicación” Buenos Aires, Argentina, Paidós.
- Fuenzalida, Valerio (2000) “La televisión pública en América Latina : reforma o privatización” Santiago de Chile, Chile : Fondo de Cultura Económica.
- Roiz, Miguel (2002) “La sociedad persuasora: control cultural y comunicación de masas” Barcelona, España, Paidós.
- Roiz, Miguel (2005) “Sociología de la comunicación y cultura de masas” Madrid, España, Laberinto.
- Wolf, Mauro (1987) “La investigación de la comunicación de masas” Barcelona, España, Paidós.
- Ortega, Félix (2011) “La política mediatizada” Madrid, España, Alianza.
- Ortega, Félix (2006) “Periodismo sin información” Madrid, España, Tecnos.
- Monzón, Cándido (1996) “Opinión pública, comunicación y política: la formación del espacio público” Madrid, España, Tecnos.
- Bourdieu, Pierre (1998) “Sobre la televisión” Barcelona, España, Anagrama.
- Figueroa Grijalva, Gilda Alexandra (2004) “Análisis de la conducción y desarrollo de las entrevistas en el programa Cero tolerancia” Quito, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura.
- Sánchez, José Francisco (1994) “La entrevista periodística: introducción práctica” Pamplona, España, Eunsá.
- Hernández García, Alejandro (2013) “La entrevista periodística: 100 pautas para responder con acierto: media training” México, México, Trillas.